

Keputusan Bisnis: Teknologi *Artificial Intelligence* dan Strategi Bisnis

Muhammad Jaka Wirataman¹ , Aida Fitri¹, Harbiyah G¹

¹Program Studi Perhotelan Universitas Muhammadiyah Aceh, Banda Aceh, Indonesia

 muhammad.wiratama@unmuha.ac.id

 <https://doi.org/10.30601/humaniora.v%vi%i.6529>

Published by Universitas Abulyatama

Abstract

Artikel Info

Submitted:

28-03-2025

Revised:

30-03-2025

Accepted:

30-04-2025

Online first :

30-04-2025

Artificial Intelligence technology and strategy play an important role in business decision making. However, technology and business strategy have a very important influence on business actors in making decisions. The purpose of this quantitative study is to determine the impact of artificial intelligence technology and business strategy on business decisions in Banda Aceh. The method used in this study is a quantitative method that aims to determine the influence or relationship between two or more variables in a study. This study involved 96 respondents spread across Banda Aceh City. Based on respondents who decided to do business and researchers using a random sampling method. Research data were collected through a list of questions/questionnaires and documentation studies. Hypothesis testing using multiple linear regression analysis, F test (simultaneous) and t test (partial) is intended to determine the effect of independent variables on dependent variables at a 95% confidence level ($\alpha = 0.05$). The results of the study indicate that artificial intelligence technology has a strong influence on business decisions, and business strategies have a close influence on business decisions. If combined simultaneously there is a significant contribution to business decisions in Banda Aceh City, with a contribution of 288.670% of its variance. This study can not only be used for ongoing business actors but also for novice business actors significantly. So, the implication in this study is that artificial intelligence and strategy can influence business decisions in Banda Aceh.

Keywords: *Artificial Intelligence*, Business Strategy, Business Decisions

Abstrak

Teknologi Artificial Intelligence dan strategi mempunyai peran penting dalam pengambilan keputusan untuk berbisnis. Namun teknologi dan strategi bisnis sangat berpengaruh penting bagi pelaku bisnis untuk mengambil keputusan. Tujuan penelitian kuantitatif ini adalah untuk mengetahui dampak teknologi artificial intelligence dan strategi bisnis terhadap keputusan bisnis di Banda Aceh. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih dalam suatu penelitian. Penelitian ini melibatkan 96 responden yang disebar di Kota Banda Aceh. Berdasarkan responden yang memutuskan untuk melakukan bisnis serta peneliti menggunakan metode sampel acak. Data penelitian dikumpulkan melalui daftar pertanyaan/kuisisioner dan studi dokumentasi. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji F (serempak) dan uji t (parsial) dimaksud untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi artificial intelligence mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan bisnis, dan strategi bisnis mempunyai pengaruh yang erat terhadap keputusan bisnis. Jika di gabungkan secara simultan terdapat kontribusi yang signifikan terhadap keputusan bisnis di Kota Banda Aceh, dengan kontribusi sebesar 288,670% dari variansinya. Kajian ini tidak hanya dapat digunakan untuk pelaku bisnis berjalan tetapi juga untuk pelaku bisnis pemula secara signifikan. Maka implikasi dalam penelitian ini yaitu artificial Intelligence dan strategi mampu mempengaruhi keputusan bisnis di kota Banda Aceh

Kata kunci: *Artificial Intelligence*, Strategi Bisnis, Keputusan Bisnis



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang, teknologi kecerdasan buatan telah menjadi kekuatan utama yang membentuk lanskap bisnis global. Di tengah persaingan yang semakin ketat, para pelaku bisnis di Banda Aceh juga menghadapi tantangan yang signifikan dalam menghadapi perubahan pasar yang cepat dan kompleksitas pengambilan keputusan bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini akan menjelajahi pengaruh teknologi kecerdasan buatan dan strategi bisnis terhadap pengambilan keputusan bisnis di kota Banda Aceh. Pengaruh teknologi Kecerdasan Buatan dan strategi bisnis terhadap pengambilan keputusan bisnis merupakan topik krusial di era modern. Meskipun kecerdasan buatan bukanlah sesuatu yang baru, namun kecerdasan buatan telah mendapat banyak perhatian dalam beberapa tahun terakhir (Nurchayani, S., Husain, Z., Prastya, DE, & Agusentoso 2025).

Pengenalan AI dalam operasional organisasi menandakan serangkaian hambatan dan tantangan baru (Muntamah and Sikki 2025). Beberapa di antaranya adalah menjembatani pengetahuan lintas domain untuk mengembangkan model yang akurat dan bermakna mengidentifikasi, mengintegrasikan, dan membersihkan beragam sumber data (Gede Surya Mahendra 2024), dan mengintegrasikan aplikasi AI dengan proses yang ada. dan sistem (Davenport, T. H., & Ronanki 2018). Untuk menangkap potensi nilai dari AI, organisasi perlu memahami cara mengatasi tantangan-tantangan ini serta potensi nilai tambah dari teknologi ini. Namun, penelitian terbaru mengenai AI lebih berfokus pada pemahaman teknologi tentang adopsi AI dibandingkan mengidentifikasi tantangan organisasi yang terkait dengan penerapannya (Studi et al. 2023). Meskipun beberapa penelitian telah mengidentifikasi kesenjangan penelitian (Ismagilova et al. 2020), dan melihat aspek-aspek penting dalam memanfaatkan teknologi AI (Gede Surya Mahendra 2024), masih terdapat kekurangan dalam pemahaman menyeluruh tentang cara penerapan AI. dan digunakan dalam organisasi, dan apa saja mekanisme penghasil nilai utama.

Banda Aceh, sebagai pusat ekonomi di Provinsi Aceh, mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan ekonomi yang kuat, didukung oleh sektor perdagangan, pariwisata, dan sektor lainnya, menciptakan tantangan dan peluang baru bagi para pelaku bisnis di wilayah ini. Dalam konteks ini, teknologi AI dan strategi bisnis yang cerdas menjadi kunci dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah. Perubahan di era digitalisasi ini membuat kehidupan manusia juga berubah secara signifikan. Transformasi

digital mempengaruhi setiap orang dan di sebagian besar bidang kegiatan (Kozarkiewicz 2020). Tak terkecuali pada bidang bisnis yang ikut berdampak dengan memanfaatkan internet untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Masifnya penggunaan teknologi informasi memunculkan konsep smart city yang telah menjadi trend di banyak negara dunia selama beberapa tahun terakhir. Tidak hanya berkaitan dengan gengsi, namun juga upaya percepatan menuju kota yang berbasis teknologi informasi (Fajri et al. 2025).

Penerapan teknologi AI telah menjadi tren yang meningkat di berbagai sektor bisnis di Banda Aceh. Dari analisis data untuk meramalkan tren pasar hingga penggunaan chatbot untuk meningkatkan layanan pelanggan, teknologi AI telah memberikan peluang baru bagi pelaku bisnis untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan keputusan bisnis pelanggan, dan menciptakan nilai tambah dalam produk dan layanan mereka. Strategi bisnis yang cerdas menjadi kunci dalam mengoptimalkan manfaat dari teknologi AI. Perusahaan di Banda Aceh harus mempertimbangkan pendekatan inovatif dalam pengembangan produk dan layanan, serta kolaborasi yang efektif dengan pihak-pihak terkait untuk menghadapi persaingan yang semakin sengit di pasar lokal maupun global. Teknologi AI dan strategi bisnis bisa diterapkan di Banda Aceh dimana bisa memiliki dampak yang signifikan pada pengambilan keputusan bisnis. Dengan adopsi teknologi AI, pelaku bisnis dapat mengumpulkan dan menganalisis data dengan lebih cepat dan akurat, yang membantu dalam merumuskan keputusan bisnis yang lebih tepat waktu dan terinformasi. Strategi bisnis yang cerdas, seperti fokus pada pengalaman pelanggan dan inovasi produk, juga memberikan panduan yang berharga dalam menentukan langkah-langkah bisnis yang sesuai dengan tujuan pelaku bisnis. (Davenport, T. H., & Ronanki 2018).

Meskipun adopsi teknologi AI dan strategi bisnis yang cerdas menawarkan banyak manfaat, tetapi juga dihadapkan pada sejumlah tantangan. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya keterampilan dan pemahaman tentang teknologi AI di kalangan pelaku bisnis lokal. Namun, dengan mengidentifikasi tantangan ini sebagai peluang untuk pengembangan, ada potensi besar bagi pelatihan dan pendidikan tentang teknologi AI yang lebih luas di Banda Aceh. Selain itu, dengan terus mengikuti tren teknologi dan mengadaptasi strategi bisnis yang sesuai, pelaku bisnis di Banda Aceh dapat memanfaatkan peluang-peluang yang muncul dalam era digital ini. Dengan demikian, implementasi teknologi AI dan strategi bisnis yang cerdas di Banda Aceh telah mengubah cara perusahaan beroperasi dan mengambil keputusan bisnis. Berdasarkan latar belakang masalah dan berbagai fenomena di atas yang terjadi, peneliti

sangat tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai “**Keputusan Bisnis: Teknologi Artificial Intelligence dan Strategi Bisnis**”.

KAJIAN PUSTAKA

Artificial Intelligence (AI)

Artificial Intelligence (AI) merupakan suatu ilmu dan teknik dalam menciptakan mesin yang bersifat cerdas, terutama dalam menciptakan program atau aplikasi komputer cerdas. AI adalah suatu langkah untuk menciptakan komputer, robot, atau aplikasi atau program yang bekerja secara cerdas, layaknya seperti manusia (Dzikrillah, Adidarma, and Gunawan.A 2016). Menurut (Kusuma et al. 2023) variabel *Artificial Intelligence* yang dinilai berdasarkan indikator yaitu :

1. Sistem Pakar, Sistem pakar dapat membantu pengambilan keputusan, mendeteksi masalah, atau memberikan solusi untuk suatu persoalan dalam bidang yang sudah dipelajari sebelumnya.
2. Sistem Bahasa Alami, Sistem bahasa alami (Natural Language Processing) adalah bagian dari AI yang berkaitan dengan pemrosesan bahasa manusia oleh computer. Tujuannya adalah untuk membuat komputer bisa memahami bahasa manusia, baik itu lisan maupun tulisan. Sistem bahasa alami dikembangkan dengan mengekstrak aturan dan pola dalam bahasa manusia, sehingga komputer dapat memahaminya dan memberikan respons atau tanggapan yang sesuai.
3. Computer Vision, Computer vision adalah sebuah teknologi dalam bidang kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) yang memungkinkan komputer atau mesin untuk melihat, memproses, dan mengenali objek atau gambar seperti halnya manusia. Computer vision memanfaatkan sensor optik, kamera, dan teknik-teknik seperti pemrosesan citra, deep learning, dan pengolahan data untuk melakukan tugas-tugas seperti pengenalan wajah, pengenalan objek, segmentasi gambar, deteksi dan pelacakan objek, dan lain-lain.

Strategi Bisnis

Istilah “strategi” dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa yang mengerjakannya, bagaimana cara mengerjakannya, serta kepada siapa saja hal-hal tersebut pula dikomunikasikan. Strategi mengarahkan bagaimana bisnis tersebut dapat mencapai tujuan dan

sasaran yang diinginkan. Tujuan penetapan strategi diarahkan pada upaya memenangkan persaingan. (Dr. Nurliza, S.P. 2021). Bisnis dapat didefinisikan sebagai segala aktivitas dari berbagai institusi yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari (Rachmawati 2020). Indikator dari strategi bisnis adalah :

- a. *Futurity of Decisions*
- b. *Integration of Decision*
- c. *Product Market Innovation*
- d. *Proactiveness of Decisions*

Keputusan Bisnis

Menurut (Fadli 2022) keputusan adalah pemilihan di antara berbagai alternatif. Definisi ini mengandung tiga pengertian, yaitu:

1. Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan
2. Ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik
3. Ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan itu makin mendekati pada tujuan tersebut.

Maka Keputusan bisnis merujuk pada proses pemilihan di antara berbagai alternatif yang tersedia untuk mencapai tujuan bisnis tertentu. Ini melibatkan analisis, evaluasi, dan pilihan tindakan yang diambil oleh manajer atau pemimpin organisasi untuk mengelola sumber daya dan menghadapi tantangan bisnis yang beragam. Menurut (Martianto, Iriani, and Witjaksono 2023) Indikator keputusan bisnis yaitu sebagai berikut :

1. Memperkenalkan produk baru
2. Menciptakan produk yang berbeda
3. Melakukan riset pasar
4. Menekan biaya lebih rendah dari pesaing

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Banda Aceh. Objek penelitian adalah *Artificial Intelligence* dan strategi bisnis yang menggunakan teknologi AI di Kota Banda Aceh.

Desain Penelitian

Desain penelitian ini berawal dari masalah yang bersifat kuantitatif dan membatasi permasalahan yang ada rumusan masalah. Rumusan masalah dinyatakan dalam kalimat

pertanyaan, selanjutnya peneliti menggunakan teori untuk menjawabnya. (Adebiyi, J. & Abayomi 2020) menyatakan bahwa desain penelitian merupakan suatu proses menemukan jawaban pasti atas pertanyaan dalam sebuah penelitian. Sedangkan Nazir (2014), menjelaskan desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok individu, kejadian, atau objek yang menjadi fokus penelitian dan yang ingin diinvestigasi oleh peneliti (Indriantoro dan Supomo 2018). Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh para responden yang menggunakan teknologi AI dengan jumlah yang tidak diketahui (tak terhingga)

Sampel

Menurut (Sugiyono 2017) Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Adapun kriteria sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah responden yang tidak terhingga Banda Aceh dengan menggunakan rumus:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Dimana:

z = tingkat distribusi normal pada tingkat signifikan 5% = 1.96

n = besar sampel

Moe = *Margin of error*, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

maka sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0,10)^2}$$

$$n = \frac{3.8416}{0.04}$$

$$n = 96.04$$

$$n = 96$$

Dari hasil rumus di atas maka pengambilan sampel sebesar 96 responden yang menggunakan teknologi AI di Kota Banda Aceh. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Menurut (Sugiyono 2017), *Accidental Sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui

cocok sebagai sumber data. Teknik ini biasanya dilakukan karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar. Keuntungan dari pada teknik ini adalah terletak pada ketepatan peneliti memilih sumber data sesuai dengan variabel yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Menurut (Priadana, S., & Sunarsi 2021) Untuk menguji data penelitian maka peneliti menggunakan program SPSS (statistic pagcket for social saince), teknik analisis data meliputi: uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji normalitas, uji linearitas dan uji asumsi klasik. Sementara itu pengaruh hubungan antara variabel digunakan analisis regresi berganda dengan menghitung koefisien determinan, melakukan uji t dan uji F. Adapun persamaan model regresi berganda dalam penelitian ini dapat diformulasikan sebagi berikut:

$$(Y= a + b_1X_1 + b_2X_2 + e)$$

Keterangan:

- Y = Pengambilan Keputusan Bisnis
- a = Konstanta
- X₁ = *Artificial Intelligence*
- X₂ = Strategi Bisnis
- b = Koefesion X₁ dan X₂, X₃
- e = *Error Term*

Pengujian Data

Pengujian Validasi

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kebenaran suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan benar apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara nyata. Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik yaitu dengan menggunakan uji Pearson Product-Moment Coefisient of Corelation dengan bantuan program SPSS, dengan tingkat signifikasi 95% (Sugiyono 2017).

Pengujian Realibilitas

Kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dapat diuji reliabilitasnya dengan melakukan uji reliabilitas terhadap alat tersebut. Nilai korelasi item-total diperiksa selama uji reliabilitas untuk penyelidikan. Dengan membandingkan setiap item dengan pengukuran keseluruhan, dikurangi item yang bermasalah, korelasi item-total mengevaluasi konsistensi internal alat ukur. Suatu item secara teoritis dapat digunakan dalam alat ukur jika korelasi item-totalnya lebih besar dari 0,20 (Murti 2016).

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut: Nilai Probabilitas > 0.05 , maka artinya menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Nilai Probabilitas < 0.05 , maka artinya menunjukkan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal. (Ghozali 2016)

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. (Ghozali 2016)

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. (Ghozali 2016)

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan secara simultan dengan menggunakan uji F (Ftes) dan secara partial dengan menggunakan uji T (t-tes) masing-masing pada tingkat keyakinan (confidence interval) 95%.

Uji T

Uji T Menurut (Sugiyono 2017) uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikansi secara parsial atau individu pengaruh *Artificial Intelligence* (X1), dan *Strategi bisnis* terhadap Kualitas Pelayanan (Y)

Uji F

Digunakan untuk menguji tingkat signifikansi secara simultan atau secara bersama-sama antara variabel *Artificial Intelligence* (X1), dan *Strategi bisnis* terhadap Kualitas Pelayanan (Y) (Sugiyono 2017)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Peneitian

Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara stastitik, yaitu dengan menggunakan uji pearson product- moment coefficien of correlation dengan bantuan SPSS. Semua pernyataan mempunyai nilai korelasi diatas nilai kritis 5 % yaitu di atas 0,202, sehingga pernyataan-pernyataan tersebut adalah signifikan dan memiliki validitas. Atau dalam bahasa statistik terdapat konsistensi (internal consistence) yang berarti pernyataan-pernyataan tersebut mengukur aspek yang sama. Ini berarti data yang diperoleh adalah valid.

Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian Reliabilitas dilakukan dengan internal consistency atau derajat ketepatan jawaban. Untuk pengujian ini digunakan Statistical Packaged for Social Sciences (SPSS)

Tabel 1. Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

No.	Nama	Nilai Alpha	Keterangan
1	Keputusan Bisnis (Y)	0,711	Handal
2	<i>Artificial Intelligence</i> (X ₁)	0,890	Handal
3	Strategi Bisnis (X ₂)	0,778	Handal

Sumber Data Primer diolah Tahun 2024

Hasil uji Reliabilitas dapat dilihat dari nilai cronbach Alpha, nilai cronbach alpa reliabilitas yang baik adalah yang makin mendekati 1, Reliabilitas yang kurang dari 0,60 adalah kurang baik, sedangkan lebih dari 0,60 dapat diterima dan reliabilitas dengan cronbach alpha 0,80 atau diatasnya adalah baik. Dari hasil pengujian reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa reliabilitas. Berdasarkan pengujian reliabilitas dari instrumen, diketahui bahwa hasil pengujian variabel *Artificial Intelligence* dan strategi bisnis seluruhnya adalah reliabel karena melebihi dari 0,60.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS. Data yang normal ditandai dengan sebaran titik-titik data diseputar garis diagonal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk Menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinearitas. Pada model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah melihat nilai Variance Inflation Faktor (VIF). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 2

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

No	Nama	Toleran	VIF	Keterangan
1	<i>Artificial Intellegen</i>	0,687	1,456	Non multikolinearitas
2	Strategi Bisnis	0,687	1,456	Non multikolinearitas

Sumber Data Primer diolah Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 2 maka menunjukkan bahwa tidak ada satu variable independen yang memiliki nilai Tolerance yang kurang dari 0,10 berarti tidak ada korelasi antara variabel independen. Hasil perhitungan nilai Variance Inflation Faktor (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas, dan jika varians berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis menyatakan bahwa *Artificial Intelligence* (X1) dan *startegi bisnis* (X2) berpengaruh terhadap kualitas pelayanan syariah di Hotel Grand Permata Hati Banda Aceh.

Model yang digunakan untuk menduga pengaruh tersebut adalah:

Tabel 3. Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

No	Nama	β	Standar Error	T_{hitung}	T_{hitung}	Sig
1	Constanta	1,243	0,143	8,696	1,986	0,000
2	<i>Artificial Intelligence</i> (X_1)	0,630	0,037	17,237	1,986	0,000
3	Strategi Bisnis(X_2)	0,154	0,036	4,222	1,986	0,000

Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji signifikansi (nyata atau tidak nyata) tingkat pengaruh *Artificial Intelligence* dan Strategi Bisnis terhadap Keputusan Bisnis di Banda Aceh digunakan uji parsial dilakukan pada saat menguji faktor pengaruh *Artificial Intelligence* dan Strategi Bisnis yang menunjukkan nilai t_{hitung} . Faktor *Artificial Intelligence* diperoleh nilai sebesar 17,237, nilai t_{tabel} pada tingkat keyakinan sebesar 95% menunjukkan angka sebesar 1,986, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka menerima H_a dan menolak H_o yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor *Artificial Intelligence* terhadap Keputusan Bisnis di Banda Aceh. Faktor Strategi Bisnis diperoleh nilai sebesar 4,222 nilai t_{tabel} pada tingkat keyakinan sebesar 95% menunjukkan angka sebesar 1,986, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka menerima H_a dan menolak H_o yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor Strategi Bisnis terhadap Keputusan Bisnis di Banda Aceh.

Uji Simultan (uji F)

Untuk menguji pengaruh *Artificial Intelligence* dan *strategi bisnis* terhadap kualitas pelayanan syariah digunakan uji Statistik F (uji F). Apabila nilai $F_{hitung} > nilai F_{tabel}$, maka H_o ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya apabila nilai $F_{hitung} < nilai F_{tabel}$, maka H_o diterima dan H_a ditolak. Hasil uji secara parsial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Anova

No	Model	Sum of Squeres	Df	F_{hitung}	F_{hitung}	Sig
1	19.990	2	9.995	288.670	2,704	0,000 ^a
2	3.220	93	.035			
3	23.210	95				

a. Dependent Variable: Keputusan Bisnis (Y). Sumber Data Primer diolah Tahun 2024

HASIL PEMBAHASAN

Pengaruh Artificial Intelegen Terhadap Keputusan Bisnis di Banda Aceh

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh langsung Faktor *Artificial Intelligence* diperoleh nilai sebesar 17,237, nilai $t_{\text{-tabel}}$ pada tingkat keyakinan sebesar 95% menunjukkan angka sebesar 1,986, karena nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{-tabel}}$ maka menerima H_a dan menolak H_0 yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor *Artificial Intelligence* terhadap Keputusan Bisnis di Banda Aceh. Faktor Strategi Bisnis diperoleh nilai sebesar 4,222 nilai $t_{\text{-tabel}}$ pada tingkat keyakinan sebesar 95% menunjukkan angka sebesar 1,986, karena nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{-tabel}}$ maka menerima H_a dan menolak H_0 yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor Strategi Bisnis terhadap Keputusan Bisnis di Banda Aceh.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sidik 2017) yang menyatakan bahwa bahwa variabel *Artificial Intelligence* berpengaruh terhadap variabel Kinerja Manajer. Hal ini juga konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Syah 2020) menguji *Islamic leadership* dan pengaruhnya *employee welfare* di beberapa Universitas Islam Sulawesi Utara. Hal ini juga konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Asvriana, Pareke, and Dharmayana 2023) menguji pengaruh *Artificial Intelligence* terhadap kinerja perawat di RSUD Dr. H. Soewondo Kendal.

Pengaruh Langsung Strategi Bisnis Terhadap Keputusan Bisnis di Banda Aceh

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh langsung strategi bisnis terhadap keputusan bisnis Hotel Grand Permata Hati Banda Aceh, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,713 dengan probabilitas sebesar 0,000. Sedangkan nilai t_{tabel} nya adalah 1,97 dengan probabilitas yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai $t_{\text{hitung}} > \text{nilai } t_{\text{tabel}}$ (6,173 > 1,97), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *startegi bisnis* berpengaruh langsung terhadap kualitas pelayanan Hotel Grand Permata Hati Banda Aceh.

Adapun nilai estimasi pengaruh strategi bisnis terhadap kualitas pelayanan diperoleh sebesar 0,874. Ini berarti bahwa setiap adanya perbaikan 1 poin *startegi bisnis* pada skala Likert, maka akan meningkatkan keputusan bisnis sebesar 8,74 poin pada skala Likert. Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bisnis.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawaty 2016) menunjukkan bahwa *Islamic leadership* memiliki peranan penting dalam meningkatkan Islamic

work motivation dan Islamic performance. Hal ini juga ditambah oleh penelitian yang dilakukan oleh (Muafi 2023) menunjukkan bahwa motivasi spiritual, motivasi ibadah, motivasi akidah dan motivasi muamalah secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja religius. Hal ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tri Rachmawan and Nita Aryani 2020) menunjukkan bahwa *Artificial Intelligence* berdampak pada keputusan bisnis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian, pengolahan, dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa *Artificial Intelligence* berpengaruh terhadap keputusan bisnis di Banda Aceh.
2. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa strategi bisnis berpengaruh terhadap keputusan bisnis di Banda Aceh.
3. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa *Artificial Intelligence* dan strategi bisnis berpengaruh terhadap keputusan bisnis di Banda Aceh

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis ingin menyampaikan beberapa saran kepada perusahaan sebagai berikut:

1. Ruang lingkup *Artificial Intelligence* semakin luas dalam penggunaannya, maka pihak pelaku bisnis diharapkan selalu ingin mengetahui dan mempelajari lebih tentang teknologi informasi terbaru bagaimana penggunaannya menjadi semakin baik dan luas
2. Diharapkan kepada masyarakat bagi pelaku bisnis untuk dapat terbiasa dengan menggunakan bantuan *Artificial Intelligence* dapat mengambil keputusan yang tepat dalam melakukan bisnis sebelum menjalankan sebuah bisnis.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para peneliti selanjutnya yang ingin meneliti pada objek yang sama, hendaknya juga memasukkan unsur lain selain dari variabel yang telah dibahas mengenai keputusan pengujung.

DAFTAR PUSTAKA

- Adebiyi, J. & Abayomi, T. O. 2020. "Research Design: A Review of Features and Emerging Developments." *European Journal of Business and Management* 8 Nomor 11: 113–18.
- Asvriana, Nelli, Fahrudin Js Pareke, and Wayan Dharmayana. 2023. "Pengaruh Servant

- Leadership Dan *Artificial Intelligence* Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Pada Kantor UPTD PPD Kabupaten Kepahiang Kantor Unit Pelaksana Teknis Daerah Pengelolaan Pendapatan Daerah (UPTD PPD)." *Jurnal Wiranomika* 2(1): 738–64.
- Davenport, T. H., & Ronanki, R. 2018. "*Artificial Intelligence for the Real World.*" *Harvard Business Review* 96 Nomor 1: 108–116.
- Dr. Nurliza, S.P., M.M. 2021. *Strategi Bisnis: Pengambilan Keputusan Strategis*. ed. IAIN Pontianak Press. Indonesia, Pontianak.
- Dzikrillah, Gema, Wawang Adidarma, and Gunawan.A. 2016. "Implementasi Artificial Intellegenece Bruce Force Dalam Game Smiley Pong Berbasis Android." *Indonesian Journal on Computer and Information Technology* 1(2): 80–90.
- Fadli, Rizal. 2022. "Analisis Pengambilan Keputusan Strategi Bisnis Yang Diterapkan Ngadem Coffe." *Jimbien : Jurnal Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Entrepreneurship* 1(2): 53–62.
- Fajri, T Irfan et al. 2025. "Jurnal JTIC (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi) Integrasi Big Data Dan AI Untuk Pengambilan Keputusan Dalam." 9(June): 783–89.
- Gede Surya Mahendra. 2024. *TREN TEKNOLOGI AI (Pengantar, Teori Dan Penerapan Artificial Intelligence Di Berbagai Bidang)*. Jakarta: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Univ. Diponegoro Press.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Ismagilova, Elvira, Emma L. Slade, Nripendra P. Rana, and Yogesh K. Dwivedi. 2020. "The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta-Analysis." *Information Systems Frontiers* 22(5): 1203–26.
- Kozarkiewicz, Alina. "General and Specific: 2020. "The Impact of Digital Transformation on Project Processes and Management Methods." *Foundations of Management* 12 Nomor 1: 237–248.
- Kusuma, Pradana Jati, Nanda Adhi Purusa, Diana Aqmala, and Amalia Nur Chasanah. 2023. "Penerapan Articial Intelligence Sebagai Stimulus Niat Beli Konsumen Dalam Pemasaran Media Sosial." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 5(4): 521–28.
- Margono, B. A., Usman, A. B., & Sugardiman, R.A. 2016. "Indonesia's Forest Resource Monitoring." *The Indonesian Journal of Geography* 48 Nomor 1: 7.
- Martianto, Ishma Alfisa, Sri Setyo Iriani, and Andre Dwijanto Witjaksono. 2023. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, &*

- Akuntansi (MEA)* 7(3): 1370–85.
- Muafi, Muafi. 2003. "Pengaruh *Startegi bisnis* Karyawan Terhadap Kinerja Religius: Studi Empiris Di Kawasan Industri Rungkut Surabaya (Sier)." *Jurnal Siasat Bisnis* 1(8): 1–18.
- Muntamah, Siti, and Nurhaeni Sikki. 2025. "Peran Artificial Intelligent (AI) Dalam Mempertahankan Keunggulan Kompetitif Bisnis Di Era Digital : Sebuah Kajian Literatur."
- Murti, B. 2016. *Validitas Dan Reliabilitas Pengukuran*. Universitas Sebelas Maret.
- Nurchayani, S., Husain, Z., Prastya, DE, & Agusentoso, R. 2025. "Peran Teknologi *Artificial Intelligence* Dalam Pengembangan Sumber Daya Manusia." *Prosiding Seminar Nasional Manajemen* 4 Nomor 1: 1091–95.
<https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/view/46160>.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 1st Ed., V. In Universitas Nusantara Pgri Kediri.
- Rachmawati, Dyna. 2020. "Analisis Pengaruh Strategi Bisnis Dan Ukuran Kinerja Terhadap Kapabilitas Dinamis." *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 11(2): 129.
- Rahmawaty, Anita. 2016. "Model *Artificial Intelligence* Dalam Meningkatkan Keputusan bisnis Kerja Dan Kinerja Karyawan Di BMT Se-Kabupaten Pati." *IQTISHADIA Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 9(2): 276.
- Sidik, A Rochim. 2017. "Pengaruh *Artificial Intelligence* Terhadap Keputusan bisnis Kerja Dan Kinerja Manajer BANK SYARIAH Di Surabaya." *jurnal Manajemen*: 23–36.
- Studi, Program et al. 2023. "Manajemen Perubahan Di Era Artificial Intelligence : Analisis Bibliografis Tentang Pengaruh Ai Terhadap."
- Sugiyono, P.D. 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Syah, Amirul. 2020. Disertasi *Pengaruh Kepemimpinan Spiritual, Kualitas Kehidupan Kerja, Etos Kerja Islami Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Organizational Citizenship Behavior (Studi Kasus Pegawai Bank SUMUT Syariah Di Kota Medan)*.
<http://repository.uinsu.ac.id/9114/1/Disertasi.pdf>.
- Tri Rachmawan, Padmayuda, and Dwi Nita Aryani. 2020. "Artificial Intelligence Dan Reward Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Kualitas Kehidupan Kerja Dan Keputusan bisnis Kerja Sebagai Variabel Intervenin." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 21(2): 136–48.