

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan internet telah meningkat pesat seiring waktu, dan pada saat ini, berbagai sektor merasakan pengaruhnya, baik positif maupun negatif. Salah satu sektor yang terdampak oleh kemajuan ini adalah dunia bisnis.

Pada masa kini, sektor perdagangan juga mengalami transformasi dalam proses transaksi jual beli serta pemasaran produk. Dulu, transaksi jual beli dilakukan secara konvensional, mengharuskan interaksi langsung antara pembeli dan penjual. Namun, kini kemudahan tersebut dapat ditingkatkan melalui keberadaan e-commerce. (Hidayat et al., 2022)

Pesatnya perkembangan e-commerce mendorong banyaknya kemunculan perusahaan berbasis e-commerce, sehingga mengakibatkan persaingan yang cukup ketat. Sesuai data yang dirilis Similarweb (Kuartal I, 2023) terkait 5 E-commerce yang memiliki pengunjung terbanyak di Indonesia, menunjukkan bahwa shopee menempati peringkat ke-1 dengan pengunjung web bulanan terbanyak di Indonesia, diikuti urutan selanjutnya yaitu Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak. Hal ini menunjukkan bahwa, selama periode Januari-Maret tahun 2023, situs e-commerce Shopee mampu menyaingi e-commerce lainnya dengan meraih jumlah rata-rata kunjungan per bulan, jauh melampaui para pesaingnya. (Syafriana et al., 2023)

Sejak awal tahun 2000-an, e-commerce mulai tumbuh pesat di Indonesia dan segera menjadi tren baru di dunia internet. Teknologi ini memberikan peluang bagi perusahaan untuk memperluas strategi bisnis mereka dan mencapai kesuksesan yang lebih besar. E-commerce telah menjadi solusi bisnis yang menarik bagi banyak pihak karena kemampuannya mempermudah proses transaksi, baik bagi penjual maupun pembeli. Bahkan, dengan adanya platform ini, transaksi dapat dilakukan antara individu di lokasi yang sangat berjauhan, termasuk di benua yang berbeda, sehingga menghilangkan hambatan geografis. (Penelitian et al., 2023)

Melalui e-commerce, transaksi dapat dilakukan tanpa perlu pertemuan langsung selama negosiasi, sehingga jaringan internet mampu melampaui batas geografis, teritorial, dan

yurisdiksi hukum. Salah satu faktor utama keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah memiliki akses pasar yang jelas untuk produk mereka. Kini, pasar tidak hanya dapat dijangkau melalui toko fisik, tetapi juga melalui platform online atau E-Commerce di internet. Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin sengit dan terbuka, penguasaan pasar menjadi syarat penting untuk memperluas usaha. Oleh karena itu, dukungan pemerintah sangat diperlukan dalam mendukung keberhasilan UKM dengan menyediakan sarana teknologi informasi berbasis android sebagai alat komunikasi bisnis di pasar global (Fitra Ramadhan, 2021).

Kemajuan teknologi, terutama kecerdasan buatan (artificial intelligence), Sekarang telah menciptakan perkembangan dalam teknologi Chatbot. Chatbot merupakan algoritma dan program yang dikembangkan untuk berinteraksi dengan pengguna melalui pesan teks atau suara, dengan tujuan memberikan tanggapan secara otomatis (Nugrah et al., 2022). Dalam memberikan respons, Chatbot menggunakan platform Pemrosesan Bahasa Alamiah (Natural Language Processing atau NLP) yang dikenal dengan nama Dialogflow. (Fitra Ramadhan, 2021)

Penggunaan chatbot dalam aplikasi e-commerce bertujuan untuk memberikan informasi mengenai produk dan memberikan tanggapan cepat kepada pelanggan terkait produk yang mereka cari. Biasanya, dalam e-commerce, pelanggan sering mencari informasi yang serupa, seperti metode pembayaran, ongkos kirim, atau ketersediaan stok barang. Akibatnya, pertanyaan yang sama kerap muncul berulang kali. Dengan hadirnya chatbot, diharapkan pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dijawab secara otomatis sepanjang waktu, 24 jam sehari, menggantikan kebutuhan untuk interaksi manusia secara langsung. (Fitra Ramadhan, 2021)

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan dalam latar belakang, telah berhasil diidentifikasi beberapa masalah, yaitu:

1. Perkembangan e-commerce yang pesat mengakibatkan volume interaksi pengguna yang sangat tinggi, menyebabkan kesulitan bagi platform e-commerce dalam merespons sejumlah besar interaksi dengan pengguna.

2. Integrasi chatbot dengan platform e-commerce yang sudah ada dapat menjadi tugas yang rumit dan menantang.

### 1.3 Tujuan:

Berdasarkan permasalahan yang diteliti Dengan demikian, maksud dari penelitian akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengembangkan chatbot yang efektif dan memiliki kinerja tinggi, dapat merespons pertanyaan dan kebutuhan pelanggan dengan baik, terutama dalam konteks e-commerce.
2. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan interaksi pelanggan dengan menyajikan chatbot yang dapat memberikan respons yang lebih terkait dan sesuai, sehingga memperbaiki pengalaman berbelanja online.

### 1.4 Batasan Masalah:

Batasan-batasan yang akan diterapkan dalam penelitian ini:

1. Pada implementasi chatbot, penelitian ini difokuskan implementasi dengan menggunakan teknologi flutter. Hal ini mencakup pengembangan dan pengujian chatbot.
2. Pembatasan masalah ini terfokus pada pengujian untuk memberikan informasi produk.

