

CHATBOT : IMPLEMENTASI KECERDASAN BUATAN PADA BISNIS DIGITAL



Erna Hudianti P., S.Si., M.Si.
Dosen Prodi Informatika
Universitas Teknologi Digital Indonesia
Bidang penelitian dan keminatan penulis:
Soft Computing

TERKADANG saat kita melakukan pemesanan di suatu toko online atau suatu situs tiba-tiba muncul sapaan selamat datang atau pengenalan diri dari admin. Kemudian akan dilanjutkan dengan pertanyaan yang

berhubungan dengan keperluan kita dan pertanyaan kita direspon dengan cepat. Sebagai calon pembeli atau pengunjung situs merasa senang karena ditanyakan bisa langsung dijawab. Walaupun sebenarnya yang menjawab pertanyaan kita adalah sebuah mesin yang dirancang sedemikian rupa sehingga konsumen akan merasa seolah-olah yang menjawab mereka adalah seorang manusia. Mesin itu adalah chatbot yang mulai populer digunakan khususnya dalam dunia bisnis terutama pada bisnis online. Platform chatbot populer karena mampu memberikan layanan yang lebih cepat untuk pelanggan.

Chatbot merupakan implementasi dari kecerdasan buatan yang berperan dalam melakukan percakapan atau obrolan layaknya manusia. Percakapan chatbot sangat memudahkan komunikasi karena menghubungkan manusia dengan program komputer dengan mengumpulkan data yang ada. Dengan teknologi ini, komputer dapat memahami kebutuhan manusia.

Mengenal Apa Itu Chatbot

Dilansir dari Investopedia, Chatbot adalah program komputer yang menyimulasikan percakapan manusia melalui perintah suara, obrolan teks, atau keduanya. Chatbot sendiri adalah kependekan dari chatterbot yang merupakan kecerdasan buatan atau Artificial



Intelligence.

Sementara menurut Forbes, Chatbot adalah aplikasi interaktif yang dirancang untuk berinteraksi dengan manusia melalui beberapa platform. Hal ini termasuk layanan pengiriman pesan dengan menggunakan teks sebagai metode komunikasi. Chatbot merupakan layanan percakapan virtual dengan salah satu pihak adalah robot. Namun, robot tersebut dapat memahami perintah dan menjawab pertanyaan pengguna secara cepat dan relevan.

Cara Kerja Chatbot

Menurut Oracle, chatbot memproses data untuk memberikan respons terhadap semua jenis permintaan dengan menggunakan teknologi kecerdasan buatan, seperti Machine Learning, Natural Language Processing (NLP).

Ada dua jenis utama chatbot. Pertama Chatbot yang berorientasi pada tugas. Chatbot yang satu ini adalah sebuah program dengan

tujuan tunggal yang fokus menjalankan satu fungsi saja. Jenis chatbot yang satu ini dapat menghasilkan respons otomatis seperti percakapan untuk menjawab pertanyaan pengguna. Interaksi chatbot ini sangat spesifik dan terstruktur, sehingga paling cocok digunakan untuk memberikan layanan bagi pengguna. Obrolannya juga berorientasi pada tugas untuk menangani pertanyaan umum. Misalnya, mengenai jam buka toko atau transaksi sederhana pada suatu bisnis online. Meskipun hanya memiliki kemampuan yang cukup dasar, jenis chatbot ini paling umum digunakan untuk suatu bisnis. Kedua Chatbot yang bekerja dengan dasar data dan prediktif, Jenis chatbot yang satu ini sering disebut sebagai asisten virtual atau asisten digital. Hal itu disebabkan chatbot ini jauh lebih canggih. Selain itu, jenis ini juga lebih interaktif dan dapat dipersonalisasi dengan lebih baik daripada jenis chatbot yang berorientasi pada tugas. Di sana, sudah diterapkan kecerdasan prediktif dan analitik yang memungkinkan personalisasi berdasarkan profil dan perilaku pengguna. Jadi, chatbot tipe ini dapat mempelajari preferensi pengguna dari waktu ke waktu, memberikan rekomendasi, bahkan mengantisipasi kebutuhan dari pengguna.

Manfaat Chatbot untuk Bisnis

Salah satu keuntungan paling utama dari

menggunakan chatbot adalah dapat menghemat waktu bagi pelanggan yang ingin mendapatkan suatu informasi. Chatbot akan memberikan informasi yang relevan dengan pertanyaan dari konsumen. Jadi, mereka tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan tanggapan dari pihak pebisnis. Manfaat yang satu ini tentunya dapat memungkinkan suatu bisnis lebih produktif karena tidak akan kewalahan saat menjawab pertanyaan-pertanyaan dari pengguna.

Keuntungan selanjutnya dari menggunakan chatbot adalah mampu memberikan kepuasan yang lebih baik untuk pelanggan. Pasalnya, chatbot selalu tersedia selama 24 non stop sehingga bisa menjawab pertanyaan pelanggan kapan pun.

Di atas sempat dijelaskan alasan cukup banyak bisnis yang mulai menggunakan chatbot karena lebih hemat dan efektif. Bisnis yang menggunakan chatbot ini tentunya akan memangkas sebagian biaya untuk menggaji karyawan untuk Customer Service

Karena jawaban didasarkan atas instruksi maka akan memberikan jawaban yang tepat sesuai dengan instruksi yang diberikan. Jadi, segala jenis kesalahan bisa dihindari sehingga pelanggan tidak akan mendapatkan informasi yang keliru. (*)

UNIVERSITAS TEKNOLOGI DIGITAL INDONESIA

www.utdi.ac.id

UIN Suka Ikuti Akreditasi Internasional Program Studi FIBAA

YOGYA (KR) - Demi mewujudkan visi sebagai Perguruan Tinggi Unggul, UIN Sunan Kalijaga (Suka) Yogyakarta melaksanakan sistem penjaminan mutu secara berkala dan berkelanjutan. Pada 2021, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhasil meraih peringkat akreditasi Unggul dari BAN-PT.

Hal tersebut disampaikan Ketua Lembaga Penjaminan Mutu (LPM) UIN Suka Dr Muhammad Fakhri Husein SE MSi dalam Pembukaan Visitasi Akreditasi Internasional dari Lembaga Akreditasi Internasional Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) yang berlangsung di Gedung Prof RHA Soenarjo SH Kampus UIN, Selasa (18/10).

Assesmen Akreditasi Internasional untuk UIN Suka ini berlangsung hingga 27 Oktober 2022. Pencapaian



KR-Istimewa

Pembukaan Pembukaan Visitasi Akreditasi Internasional dari Lembaga Akreditasi Internasional FIBAA.

akreditasi Unggul diperoleh karena UIN Suka telah melaksanakan siklus penjaminan mutu (PPEPP= Penetapan Standar, Pelaksanaan, Evaluasi, Pengendalian dan Peningkatan) secara konsisten dan berkesinambungan. "Saat ini, UIN telah memiliki delapan fakultas dan satu pascasarjana dengan 62 program studi," ungkapnya.

Dalam kegiatan tersebut, hadir Tim Project Manager FIBAA, yakni Adriane Janosch, Maya Koehler dan Friderike Uphoff. Selain itu, Tim Expert Panels FIBAA, seperti Prof Dr Ralf Andersson (University of Southern Denmark), Prof Dr Sonja Drobnic (University of Bremen Germany), Prof Dr Michael Haefner (Berlin University of the Arts Ger-

many), Prof Dr Fritz Schulze (Georg-August-Universitaet Goettingen Germany), S Rouli Manalu PhD (Universitas Diponegoro), Christoph Sodemann (Constructify mediae V Bremen Germany), Mehli Arieoz (University of Tuebingen Germany), Prof Dr Merdan Gunes (University of Osnabrueck Germany), Prof Dr Sebastian Maesel (University of Leipzig Germany), Ass Prof Dr Tolkah (UIN Walisongo Semarang), Boenayamin Avci (Ferdinand Forsche Gymnasium Zuffenhausen Germany) dan Rubia Uenal (University of Tuebingen Germany).

Fakhri Husein menambahkan, sebagai wujud komitmen terhadap kualitas, UIN Suka telah menerapkan sistem manajemen berbasis ISO 9001:2015 dari lembaga internasional TUV-Rheinland. **(Feb)-f**

PPDM UAD Penyuluhan Pengolahan Sampah

YOGYA (KR) - Tim Pengabdian Program Pengembangan Desa Mitra (PPDM) Universitas Ahmad Dahlan mengadakan penyuluhan pengolahan sampah di Somongari Kaligesing Purworejo. Pelatihan menasar perangkat Desa Somongari dan perwakilan sejumlah kelompok tani.

Kegiatan ini merupakan rangkaian pengabdian kepada masyarakat tahap ketiga yang didukung Kemendikbudristek dan UAD. Tim dari UAD terdiri Drs Hadi Sasongko MSi, Dra Zuchrotus Salamah MSi, Purwanti Pratiwi Purbosari MSi, Nurul Putrie Utami SGz MPH dan mahasiswa. Kegiatan ini diikuti 30 peserta.

Acara diawali penyuluhan oleh Purwanti Pratiwi Purbosari soal pengolahan sampah, dilanjutkan *focus group discussion* rencana aksi dan tindak lanjut yang dipandu Drs Hadi Sasongko MSi. Dalam siaran pers yang diterima, Rabu (19/10), Purwanti menuturkan, kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat Desa Somongari tentang pentingnya mengelola sampah, baik organik maupun anorganik. Selain itu, kegiatan ini juga dilakukan untuk menginisiasi aksi nyata pengolahan sampah di Desa Somongari demi terciptanya pertanian organik yang komprehensif dan berkelanjutan. **(Ded)-f**

EKONOMI

Women's Day Out, Ajak Peduli Perawatan Diri



KR-Istimewa

Penjelasan acara Women's Day Out.

SLEMAN (KR) - Bentuk dukungan terhadap perempuan, Barrat Enterprise menggelar beauty festival bertema Women's Day Out pada Sabtu-Minggu (22-23/10) di Sleman City Hall (SCH). Melalui ajang ini, perempuan diajak untuk berani bersuara, bercerita sam-

pai melaporkan kejadian yang dialaminya.

"Yogya menjadi kota kedua setelah Malang. Selanjutnya di Jakarta dan Denpasar," terang Niken Ayu dari Barrat Enterprise didampingi Marketing Manager MS Glow Anrico Motos, Rabu (19/10).

Menurutnya, tingkat

penjualan skincare, kosmetik dan bodycare menduduki posisi pertama nasional. Ini menunjukkan perhatian perempuan terhadap perawatan tubuh meningkat.

"Sejumlah narasumber kami hadirkan antara lain Puspita Anggraeni, Rotua Panjaitan, Anunk Aqeela, Nita Alfian, Tia Barrat Enterprise, Ratna Indriani dan psikolog," ujarnya, seraya menambahkan Yura Yunita dan Yovie Nuno akan jadi bintang tamu.

Sementara Anrico Motos menjelaskan, MS Glow Aesthetic Clinic menyadari saat ini kebutuhan perawatan diri menjadi prioritas sejumlah orang. "MS Glow Clinic Yogyakarta menyambut ajakan Barrat Enterprise agar masyarakat khususnya Yogya semakin peduli perawatan diri," tutupnya.

(Sal)-d

WAPRES MINTA GENCARKAN PROMOSI DI MANCANEGARA

Bisnis Fesyen Muslim Miliki Prospek Cerah

JAKARTA (KR) - Fesyen muslim saat ini mulai menarik perhatian dan cenderung menjadi gaya hidup di banyak negara, bahkan negara yang mayoritas penduduknya adalah nonmuslim. Untuk itu, ke depan diperlukan promosi yang gencar untuk semakin meningkatkan popularitas fesyen muslim di pasar internasional.

"Kepada Kementerian Perdagangan saya titip agar menggiatkan promosi produk fesyen muslim Indonesia, termasuk fesyen olahraga. Pesan ini saya titipkan juga untuk kantor-kantor perwakilan kita di luar negeri," ujar Wakil Presiden (Wapres) KH Ma'ruf Amin saat saat membuka Jakarta Muslim Fashion Week 2023 di Indonesia Convention Exhibition (ICE) - BSD Tangerang, Kamis (20/10). Wapres memaparkan, bisnis fesyen muslim

adalah bisnis yang bernilai besar dan memiliki prospek yang cerah. Menurut data, tahun 2016 hingga 2017, pengeluaran wanita muslim global untuk fesyen mencapai USD 44 miliar. "Pada tahun 2024, belanja fesyen konsumen muslim global diestimasi akan mencapai USD 311 miliar," ujarnya.

Bahkan di dalam negeri, tambah Wapres, industri fesyen muslim juga menunjukkan perkembangan yang membahagiakan. "Tahun 2021, industri ini

tumbuh 18,2 persen dengan total konsumsi mencapai Rp 300 triliun. Tidak hanya itu, ekspor fesyen muslim juga meningkat signifikan 12,5 persen, mencapai USD 4,6 miliar pada tahun 2021," urainya.

Menyadari peluang dan potensi tersebut, Wapres menilai, sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia harus memiliki visi menjadi pusat fesyen muslim global. "Apalagi populasi Muslim dunia akan terus bertumbuh. Pada tahun 2030, 26 persen penduduk bumi diperkirakan beragama Islam," tandasnya.

Wapres mengingatkan agar seluruh pemangku kepentingan di bidang industri fesyen muslim dapat dengan gencar melakukan promosi, utamanya melalui platform digital.

Sehingga, ke depan industri ini semakin baju baik di tingkat nasional dan internasional. "Jadilah yang terdepan dalam promosi fesyen muslim secara digital, agar negara lain yang tertarik dan melakukan riset di bidang fesyen muslim dapat memperoleh informasi selengkap-lengkapny tentang industri fesyen muslim di Indonesia," katanya.

Diharapkan, penyelenggaraan Jakarta Muslim Fashion Week mampu meningkatkan kesadaran akan potensi besar bisnis fesyen muslim sehingga seluruh pemangku kepentingan semakin peduli untuk memajukan industri ini. "Saya juga berharap penggunaan pakaian muslim produk dalam negeri semakin marak, terutama produk UMKM," pungkas Wapres. **(Ati)-f**

INACEE 2022 Bukukan Transaksi Dagang Rp 5,95 T

YOGYA (KR) - Forum Bisnis Indonesia - Eropa Tengah dan Timur (INACEE) 2022 sukses hasilkan potensi komitmen dagang Rp 5,95 triliun. INACEE 2022 yang diadakan Kementerian Luar Negeri RI sukses membukukan potensi transaksi dagang sebesar USD 386,6 juta atau sekitar Rp 5,95 triliun. Selain itu forum bisnis yang diselenggarakan secara hibrid di Tangerang itu juga sukses memfasilitasi penandatanganan lima kesepakatan bisnis antara pelaku usaha Indonesia dengan mitra di beberapa negara Eropa Tengah dan Timur.

"Saya kira sangat penting untuk dapat beradaptasi mencari solusi guna mengatasi tantangan dunia saat ini. Penguatan upaya digitalisasi promosi produk ekspor Indonesia maupun pelak-



KR-Istimewa

Peluncuran buku kajian 'Road to Poland: Kajian Potensi Ekonomi dan Risiko Polandia' pada INACEE Business Forum.

sanaan Forum Bisnis seperti ini menjadi upaya yang efektif untuk mendekatkan dan menghasilkan kesepakatan bisnis para pelaku usaha antar kawasan," terang Direktur Jenderal Amerika dan Eropa-Kemlu RI, Duta Besar Umar Hadi dalam rilisnya, Kamis (20/10).

Kegiatan itu juga dimanfaatkan untuk peluncuran buku kajian berjudul 'Road

to Poland: Kajian Potensi Ekonomi dan Risiko Polandia' yang disusun bersama oleh KBRI Warsawa dan Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI). Duta Besar Umar Hadi juga mengapresiasi dukungan dan kerja sama berbagai pihak. Termasuk dari Kementerian Perdagangan, KADIN Indonesia, LPEI, Dewan Nasional Kawasan Ekonomi

Khusus, GAPKI (Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia), seluruh Kantor Perwakilan RI di kawasan Eropa Tengah dan Timur, serta Pemprov Sulawesi Barat.

Sedangkan pengusaha Polandia Mr Marian Skrzypiec menyatakan, forum Bisnis INACEE 2022 merupakan acara yang bagus untuk mengetahui lebih jauh mengenai produk ekspor Indonesia. Selain itu juga menjadi ajang pertemuan dengan mitra dagang yang prospektif.

Sementara itu Meta Dharmawan, peserta pengusaha produk furniture dan home decor mengungkapkan 'INACEE 2022' sangat efektif. Karena menjadi ajang yang tepat untuk mempromosikan produk unggulan. **(Ria)-f**

Blibli Umumkan Rencana IPO

JAKARTA (KR) - PT Global Digital Niaga Tbk (Blibli) menyelenggarakan Due Diligence Meeting dan Paparan Publik (Public Expose) terkait rencana Penawaran Umum Saham Perdana atau Initial Public Offering (IPO) yang akan dilakukan perseroan November mendatang. CEO & Co-Founder Blibli Kusumo Martanto mengatakan, aksi korporasi Blibli ini merupakan salah satu langkah strategis dalam mengembangkan bisnis yang berkelanjutan di era disrupsi dan menyongsong pertumbuhan ekonomi digital di masa mendatang. Bersama tiket.com dan Ranch Market, Blibli menegaskan posisinya sebagai pemimpin ekosistem omnichannel perdagangan dan gaya hidup yang terintegrasi di Indonesia.

"Ekosistem Blibli mensinergikan tiga platform unggulan yaitu commerce (Blibli), online travel agent (OTA) dan gaya hidup (tiket.com), serta high quality

supermarket chain terkemuka (Ranch Market)," kata Kusumo Martanto di Jakarta, Kamis (20/10).

Dengan demikian, lanjut Kusumo Martanto, Blibli dapat senantiasa fokus membangun kepercayaan, memberikan kemudahan dan nilai tambah bagi para pelanggan, serta menyediakan layanan yang lebih lengkap, bermanfaat dan terintegrasi dari tiap channel dan platform di dalam ekosistem.

Menurutnya, sinergi ini juga diperkuat dengan fundamental bisnis yang kokoh dari berbagai aspek. Dari aspek model bisnis, Blibli fokus pada pendekatan Business-to-Consumer (B2C) dengan dukungan dari brand partners berskala global maupun nasional dalam bentuk kemitraan strategis.

Model bisnis ini berimplikasi pada penjualan dan laba yang memiliki rasio lebih tinggi dibandingkan model bisnis Consumer-to-Consumer (C2C). **(San)-f**