

AI Memberikan Pengalaman Berbelanja Unik ke Pelanggan Ritel



Ivan Jaka Perdana, SE., MM.
Dosen Prodi : Manajemen Ritel
Universitas Teknologi Digital Indonesia
(dahulu STMIK AKAKOM)
Bidang Keminatan Penulis :
Manajemen Bisnis

PENGUNAAN teknologi kecerdasan buatan (AI) sudah digunakan di segala bidang, termasuk dalam bisnis modern untuk memberikan pengalaman belanja yang unik dan personal bagi pelanggan, telah menjadi salah satu tren paling menarik dalam dunia bisnis modern. Saat ini, banyak perusahaan berlomba-lomba untuk menghadirkan pengalaman yang personal dan

relevan bagi pelanggannya, dan AI memegang peran kunci dalam mewujudkannya. Dengan memanfaatkan kemampuan AI, perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan pelanggan, memprediksi preferensi mereka, dan memberikan layanan yang jauh lebih personal daripada sebelumnya.

Salah satu cara utama AI membantu menciptakan pengalaman pelanggan yang unik adalah melalui personalisasi. Ketika Anda mengunjungi situs web atau aplikasi e-commerce, AI dapat melacak perilaku browsing, interaksi social media dan pembelian Anda, kemudian menawarkan rekomendasi produk yang relevan berdasarkan data tersebut. Contoh yang paling umum adalah algoritma rekomendasi di platform seperti Tokopedia atau Lazada, di mana setiap kali Anda menggunakan layanan tersebut, AI bekerja di belakang layar untuk menawarkan konten atau produk yang sesuai dengan minat Anda. Algoritma ini tidak hanya membuat pengalaman belanja atau hiburan menjadi lebih mudah, tetapi juga terasa lebih relevan dan personal.

Selain itu, AI juga digunakan dalam layanan pelanggan melalui chatbot dan asisten virtual. Chatbot modern yang dilengkapi dengan kecerdasan buatan mampu memberikan dukungan pelanggan dengan menjawab pertanyaan pelanggan secara real-time, memberikan informasi produk, dan bahkan membantu dalam proses pembelian dengan respons yang cepat dan akurat. Asisten virtual dapat membantu pelanggan dalam menemukan produk yang mereka cari, memberikan rekomendasi berdasarkan



preferensi, dan menawarkan saran pembelian tambahan. Hal ini disebabkan AI dapat belajar dari interaksi sebelumnya untuk meningkatkan respons di masa depan, menciptakan pengalaman yang semakin baik seiring berjalannya waktu. Misalnya, dalam dunia fashion, beberapa platform e-commerce telah menggunakan AI untuk membantu pelanggan menemukan ukuran pakaian yang tepat. AI dapat memproses data ukuran tubuh dan preferensi pelanggan, lalu merekomendasikan produk yang sesuai tanpa harus melakukan trial and error yang biasanya memakan waktu. Teknologi augmented reality (AR) yang didukung AI juga menciptakan pengalaman belanja yang unik. Misalnya, aplikasi AR memungkinkan pelanggan untuk "mencoba" produk secara virtual, seperti pakaian atau kosmetik, sebelum memutuskan untuk membeli.

Selain itu, AI juga memiliki peran penting dalam analisis sentimen pelanggan. Dengan teknologi pemrosesan bahasa alami (NLP), AI dapat menganalisis ulasan pelanggan, komentar di media sosial, dan interaksi lainnya untuk memahami bagaimana perasaan pelanggan tentang merek atau produk. Ini memberikan wawasan yang sangat berharga bagi perusahaan untuk mengetahui apakah pelanggan puas atau ada aspek tertentu yang perlu diperbaiki. Pada akhirnya, analisis sentimen ini memungkinkan perusahaan untuk merespons keluhan atau umpan balik secara lebih proaktif, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan.

Namun, kemampuan AI tidak hanya personalisasi dan prediksi saja Teknologi AI ini juga dapat meningkatkan pengalaman pelanggan melalui otomatisasi tugas-tugas yang repetitif. Misalnya, dalam dunia fashion, beberapa platform e-commerce telah menggunakan AI untuk membantu pelanggan menemukan ukuran pakaian yang tepat. AI dapat memproses data ukuran tubuh dan preferensi pelanggan, lalu merekomendasikan produk yang sesuai tanpa harus melakukan trial and error yang biasanya memakan waktu. Teknologi augmented reality (AR) yang didukung AI juga menciptakan pengalaman belanja yang unik. Misalnya, aplikasi AR memungkinkan pelanggan untuk "mencoba" produk secara virtual, seperti pakaian atau kosmetik, sebelum memutuskan untuk membeli.

Selain itu, AI juga memiliki peran penting dalam analisis sentimen pelanggan. Dengan teknologi pemrosesan bahasa alami (NLP), AI dapat menganalisis ulasan pelanggan, komentar di media sosial, dan interaksi lainnya untuk memahami bagaimana perasaan pelanggan tentang merek atau produk. Ini memberikan wawasan yang sangat berharga bagi perusahaan untuk mengetahui apakah pelanggan puas atau ada aspek tertentu yang perlu diperbaiki. Pada akhirnya, analisis sentimen ini memungkinkan perusahaan untuk merespons keluhan atau umpan balik secara lebih proaktif, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan.

Namun, meskipun AI membawa banyak manfaat, ada juga celah kelemahan yang harus

diperhatikan. Salah satunya adalah privasi dan keamanan data. Penggunaan AI yang terlalu invasif tanpa menjaga privasi pelanggan dapat menimbulkan kekhawatiran. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk transparan tentang bagaimana mereka menggunakan data pelanggan dan memastikan bahwa data tersebut dilindungi dengan baik.

Secara keseluruhan, penggunaan AI dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang unik memberikan potensi besar bagi perusahaan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan mereka. Dengan personalisasi, otomatisasi, dan analisis data yang mendalam, AI memungkinkan perusahaan untuk tidak hanya memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga melampauinya. Namun, keseimbangan antara teknologi dan privasi tetap harus dijaga agar kepercayaan pelanggan tetap terpelihara.

Untuk belajar dengan baik bagaimana menggunakan AI yang optimal dan keamanan data yang baik sehingga tercipta keunggulan bagi diri dan perusahaan, Yuk Kuliah di UTDI! (*)

GABUNG BERSAMA KAMI
GEL.3
SAMPAI DENGAN
30 SEPT 2024

UNIVERSITAS TEKNOLOGI DIGITAL INDONESIA

pmb.utdi.ac.id

KEPEMIMPINAN INDUSTRI 5.0

Butuh Kemampuan Teknologi dan Inovasi

YOGYA (KR) - Program Magister Manajemen dan Magister Akuntansi FBE Universitas Atma Jaya mengadakan kuliah umum dengan tema Revolusi Industri 5.0 integrasi teknologi dan keahlian manusia untuk membangun keunggulan kompetitif. Kegiatan tersebut mendapatkan respons positif dari para mahasiswa, hal itu bisa dilihat dari jumlah peserta yang mencapai 70 orang.

"Sekarang mahasiswa harus banyak belajar dari praktisi yang memiliki pengalaman sebagai pemimpin dan pernah melakukan transformasi bisnis. Dengan begitu mahasiswa yang sudah bekerja mampu memiliki wawasan yang lebih luas," kata kepala departemen manajemen Parnawa, Selasa (24/9).

Dalam kesempatan itu Andreas Setiawan Santosa CEO dari Treasury menjelaskan, perkembangan teknologi di banyak negara benar-benar sudah canggih. Amazon segera menggantikan 100.000 tenaga kerja dengan 750.000 robot dengan kemampuan yang melampaui kompetensi tenaga kerja. Bahkan, beberapa tahun lalu negara yang lebih maju dari Indonesia sudah menggunakan robot untuk melakukan operasi manusia.

AI memiliki presisi yang sangat baik dan konsisten dibanding manusia. Salah satu contoh pengalaman makan bakmi jawa di

Jogja perlu antri 1,5 jam, hal ini suatu saat bisa digantikan robot yang mampu masak hanya 5 menit dengan rasa yang sesuai diinginkan pemiliknya atau kliennya.

"Lambatnya perubahan di Indonesia sangat sulit menembus industri 5.0, sehingga jika membandingkan dengan negara-negara lain, dengan di Indonesia khususnya Yogyakarta industrinya baru 0.0 bukan lagi 5.0," ungkapnya.

Andreas menjelaskan, kepemimpinan industri 5.0 membutuhkan kemampuan berteknologi dan berinovasi. Namun, pusatnya pada kemampuan sumberdaya manusia, dimana seorang pemimpin harus mampu menangani ketenagakerjaan dengan menggunakan teknologi.

Kemampuan menggunakan data sangat penting. Karena dalam mengambil keputusan diperlukan data akurat. Oleh karena itu, para mahasiswa harus memiliki *management skill* antara lain data analisis, *data driven decision making*, *analytical thinking* dan *creative thinking*, *managing diversity*, *continuous learning* dan yang lain.

Sedangkan kepala prodi Magister Manajemen (MM) Elizabeth Dita Septiari menyatakan, mahasiswa perlu membangun kepemimpinan yang berdasarkan sikap humanis. Dengan begitu mampu diterima semua pihak di organisasi bahkan akan lebih mudah untuk melakukan transformasi. **(Ria)-f**

MELANTUNKAN LAGU 'GENERASI MUDA'

Upacara Wisuda UMS Dihadiri Rhoma Irama

SOLO (KR) - Raja dangdut Rhoma Irama menjadi pusat perhatian dalam upacara Wisuda Sarjana S1, S2 dan Program Doktor Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) di Edutarium KH Ahmad Dahlan, Kamis (26/9). Ia hadir untuk menyaksikan putranya Adam Ghifari, lulus dari Fakultas Psikologi dan ikut diwisuda.

Rhoma tidak hanya menyaksikan acara wisuda Adam, tapi juga mendapat kehormatan untuk memberikan sambutan mewakili orang tua wisudawan. Sebelum ini memberikan pesan-pesan, ia lebih dulu bertanya kepada wisudawan, "Siapa yang akan meneruskan estafet kepemimpinan nasional? Dijawab serempak, "Siap!"

Kemudian ia membacakan surat Al Imran ayat 104 yang artinya "Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang



KR-Qomarul Hadi

Rhoma Irama saat mewakili orang tua wisudawan

menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung."

Kemudian Rhoma Irama membacakan syair yang terinspirasi dari Firm Allah penggalan ayat Hujurat ayat 13, "Inna akromakum indallah at-qookum." (Sungguh, yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang

yang paling bertakwa).

Syair itu dari lagunya berjudul *Generasi Muda*. Rhoma pun mulai mendendangkan, "Hayo generasi muda putra-putri bangsa...", langsung disambut tepuk tangan hadirin. Intinya ia mengajak apapun tugas pekerjaannya harus selalu bertakwa.

"(Jadi pejabat) jadilah pejabat yang talwa, (Jadi karyawan) jadilah karya-

wan yang takwa, (Jadi seniman) jadilah seniman yang takwa, (Jadi pedagang) jadilah pedagang yang takwa, (Jadi petani) jadilah petani yang takwa," ujar Rhoma mengutip syair lagu miliknya.

Rektor Prof Dr Sofyan Anif sebelum menyampaikan amanat menyatakan sebagai pengagum Rhoma Irama. Ia menyatakan, UMS terus berupaya kepada lulusannya memiliki kekuatan iptek dan spiritualitas. Jadi, tidak saja punya kecerdasan iptek, tapi kecerdasan sosial dan kecerdasan emosional.

Dalam dua hari (Kamis dan Jumat) Prof Sofyan Anif mewisuda 2.348 wisudawan, 857 mahasiswa diantaranya lulus dengan predikat cumlaude. Ada 8 mahasiswa luar negeri yang ikut diwisuda berasal dari Palestina, Madagaskar, Thailand, Uganda dan Sirlilion. **(Qom)-f**

EKONOMI

BI SAPA AKADEMISI

Diskusikan Isu Terkini

YOGYA (KR) - Departemen Komunikasi Bank Indonesia (Dekom BI) mengadakan 'BI Sapa Akademi' di Hotel Ayana Labuhan Bajo NTT. Kegiatan tersebut diisi webinar hybrid 'Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia (BSPI) 2030' dan Focused Group Discussion (FGD) Diseminasi Kebijakan Terkini BI, Rabu (25/9).

Kemudian, dilanjutkan kunjungan lapangan dan diskusi isu terkini. Kegiatan webinar hybrid dihadiri perwakilan 40 akademisi yaitu dosen dan peneliti dari Perguruan Tinggi/lembaga riset seluruh Indonesia.

"Kegiatan BI Sapa Akademi ini bertujuan mendiseminasikan kebijakan dan isu terkini BI kepada akademisi, baik dosen, peneliti dan mahasiswa," kata Deputy Direktur Dekom BI Puji Widodo, Rabu (25/9).

Sejumlah akademisi yang hadir dalam kegiatan itu adalah Bustanul Arifin (IPB), Haryo Kuncoro (UNJ), Nugroho SBM (Undip), Fajar B Hirawan (UIII), Mansur Afifi



KR-Istimedia

Narasumber sedang memaparkan materi dalam acara 'BI Sapa Akademi'.

(Unram), M Rizal Taufikurrahman (INDEF), Margiyono (UBT), YB Suhartoko (UAJY) dan Y Sri Susilo (UAJY).

Hadir secara daring 700 mahasiswa Program Sarjana/Magister dari Perguruan Tinggi Negeri (PTN/PTS) se Indonesia. Adapun untuk narasumber Novi Marianingsih (Deputi Direktur Kebijakan Sistem Pembayaran BI) dan moderator Mutia Rahayu (Asisten Direktur Dekom BI).

Menurut Puji, kebijakan terkini makroprudensial dan kebijakan sistem pembayaran harus terdiseminasi dengan baik kepada pemangku kepentingan

termasuk akademisi. Di samping itu, diharapkan akademisi memberikan respons dengan kritik dan saran yang konstruktif. "Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia (BSPI) untuk 5 tahun ke depan yaitu BSPI 2030 yang merupakan kelanjutan dari BSPI 2025," ujar Puji.

Menurut Novi Marianingsih, BI bakal memfokuskan BSPI 2030 pada lima inisiatif utama. Meliputi modernisasi infrastruktur pembayaran, konsolidasi industri pembayaran nasional. Inovasi dan akseptasi digital, perluasan kerja sama internasional dan pengembangan rupiah digital. **(Ria)**

MAYORITAS ASET TAK PRODUKTIF

Nilai Wakaf Tembus Rp 2.050 Triliun

JAKARTA (KR) - Aset wakaf di Indonesia saat ini cukup besar. Angkanya diperkirakan mencapai Rp 2.050 triliun. Hanya saja, mayoritas dari aset wakaf tersebut berupa aset fisik dan kurang produktif.

Data tersebut disampaikan Direktur DEKS Bank Indonesia (BI) Rifki Ismal dalam forum Simposium Keuangan dan Ekonomi Syariah yang diselenggarakan Forum Jurnalis Wakaf dan Zakat Indonesia (Forjukafi) di Jakarta, Kamis (26/9).

Ia menuturkan BI sebagai otoritas moneter memiliki kepentingan terhadap

ekonomi syariah. "Termasuk keuangan syariah dan keuangan sosial," katanya.

Rifki menjelaskan, khusus untuk wakaf, di Indonesia sejatinya sudah sangat besar. Dalam catatannya aset wakaf di Indonesia saat ini sekitar Rp 2.050 triliun. Namun kebanyakan dari aset wakaf tersebut, wujud aset tidak produktif secara

ekonomi. "Kalau kita bicara wakaf, masyarakat pahamnya masjid, makam atau pesantren," katanya.

Pandangan tersebut, kata Rifki tidak salah. Namun, sejatinya paradigma terhadap wakaf itu sangat luas. Ia mencontohkan, kampus Universitas Al Azhar di Kairo, Mesir merupakan lembaga pendidikan yang berdiri di

atas aset wakaf.

Rifki juga menyampaikan angka literasi atau melek ekonomi syariah masih 28 persen. Artinya, dari 100 orang, ada 28 orang yang paham ekonomi syariah. Kemudian dari sisi profesi, pemahaman soal ekonomi dan keuangan syariah adalah dosen dan PNS. Ia berharap, dengan keterlibatan masyarakat, khususnya dari kalangan jurnalis, literasi keuangan syariah di masyarakat bisa meningkat. **(Ati)-d**

Transaksi BCA UMKM Fest Rp 17 Miliar

JAKARTA (KR) - BCA UMKM Fest 2024 telah usai dilaksanakan secara offline 7-11 Agustus dan online 12 Agustus-12 September 2024. Pada event tersebut transaksi tembus hingga Rp 17 miliar dengan rincian pelaksanaan offline selama 5 hari di Kota Kasablanka Jakarta mencatat total nilai penjualan pada UMKM Fest 2024 sebesar Rp 3,95 miliar atau naik 24 persen secara tahunan, dengan jumlah transaksi sebanyak 18.841, tumbuh 39 persen dibanding tahun lalu.

Sedangkan UMKM Fest online nilai transaksi sebesar Rp 13,14 miliar, dengan jumlah transaksi mencapai lebih dari 68.000. Pada tahun keempat perhelatannya, nilai dan frekuensi transaksi UMKM Fest 2024 tumbuh seiring positifnya respons masyarakat terhadap produk-pro-

duk pelaku usaha mikro, kecil dan menengah. Kesuksesan acara ini menjadi bukti nyata tingginya komitmen BCA dalam mendukung pertumbuhan UMKM sebagai salah satu pilar penting perekonomian Indonesia.

"Antusiasme pengunjung yang luar biasa di BCA UMKM Fest 2024, ditambah berbagai promo dari BCA, mendorong jumlah transaksi yang melampaui ekspektasi. Capaian ini bukti nyata kuatnya daya tarik produk lokal dan besarnya potensi pelaku UMKM untuk bersaing di pasar. Kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keragaman produk yang ditawarkan UMKM patut kita jaga dan menjadi pendorong untuk terus berkembang," kata EVP Corporate Communication dan Social Responsibility BCA Hera F

Haryn, di Jakarta, Kamis (26/9).

Ada tiga kategori produk yang paling diminati pengunjung UMKM Fest 2024, yakni makanan dan minuman, kesehatan dan kecantikan serta fesyen. Dari event offline, QRIS menjadi pilihan utama metode pembayaran yang digunakan pengunjung, frekuensi penggunaannya mencapai 62 persen dari total transaksi.

Secara keseluruhan, BCA UMKM Fest 2024 diraimakan 1.753 tenant yang merupakan pelaku UMKM dan pengusaha produk lokal di bawah asuhan BCA Bangga Lokal. Acara ini juga diselenggarakan di 49 Kantor Cabang Utama (KCU) BCA di berbagai daerah. BCA juga secara khusus menghadirkan booth Bakti BCA yang menghadirkan berbagai produk karya desa-desa binaan perseroan. **(Lmg)**