

## Efektivitas Chatbot Sebagai Media Komunikasi Bisnis Antara Penjual dan Pembeli Pada Marketplace

Alfina Fitriani<sup>1\*</sup>, Dani Sulaeman<sup>2</sup>, Ricky Firmansyah<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi, STIE Stemi; <sup>3</sup>Universitas Ars ;

finafinaa62@gmail.com<sup>1\*</sup>, danisulaeman1933@gmail.com<sup>2</sup>, ricky@ars.ac.id<sup>3</sup>

Received 30 Maret 2022 | Revised 18 Mei 2022 | Accepted 24 Mei 2022

\*Korespondensi Penulis

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektivitasnya chatbot pada marketplace. Proses bisnis dilakukan melalui media teknologi informasi dan internet dikenal dengan e-commerce. Hal ini menimbulkan terciptanya suatu pasar elektronik yang dikenal dengan sebutan marketplace. Marketplace merupakan solusi yang tercipta dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet yang menggempur industri perdagangan melalui online store atau offline store. Marketplace mempermudah para usaha kecil dan menengah tersebut dalam melakukan promosi barang bahkan operasional. Barang di marketplace banyak para pembeli bisa memilih dengan bebas. Selain itu marketplace online pun sekarang menjadi sangat penting bagi suatu usaha yang sangat menguntungkan terutama di aplikasi yang sudah diberikan kepada para penjual dan para pembeli bisa menjualnya secara online melalui aplikasi yang ada dan para calon pembeli pun sangat mudah menggunakannya karena dapat diakses dimana pun dan kapanpun. Para pengusaha wajib memanfaatkan teknologi pesat ini agar semua orang dapat terpenuhi kebutuhannya, menguntungkan para penjual dan para pembeli agar dapat keuntungan atau hasil yang besar dan sekaligus memperkenalkan produk penjual semakin luas dan dikenal banyak orang. Hal ini berdampak sangat bagi suatu perusahaan maupun para konsumen atau pembeli sehingga hal ini sangat didukung oleh semua orang.

**Keywords:** *Bisnis; Komunikasi; Marketplace*

### Abstract

*This research aims to determine how effective chatbots are in the marketplace. Business processes are carried out through the media of information technology and the internet known as e-commerce. This has led to the creation of an electronic market known as a marketplace. Marketplace is a solution created from the rapid development of information technology and the internet that is attacking the trading industry through online stores or offline stores. The marketplace makes it easier for these small and medium-sized businesses to promote goods and even operations. There are many goods in the marketplace, buyers can choose freely. In addition, the online marketplace has now become very important for a very profitable business, especially in applications that have been given to sellers and sellers can sell them online through existing applications and prospective buyers are very easy to use because they can be accessed anywhere and anytime. . Entrepreneurs must take advantage of this fast technology so that everyone's needs can be met, benefit the sellers and buyers in order to get big profits or results and at the same time introduce the seller's product to be wider and known to many people. This has a huge impact on a company as well as consumers or buyers so that it is strongly supported by everyone.*

**Keywords:** *Business; Communication; Marketplaces*

## PENDAHULUAN

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha saat ini adalah ketidakseimbangan jumlah tenaga kerja dan permintaan pelanggan. Jumlah pelanggan yang ingin memesan produk atau sekedar bertanya tentang produk dan pelanggan yang ingin melacak pesanan semakin hari semakin bertambah. Namun, petugas yang menangani hal ini tidak sepadan dengan permintaan yang masuk sehingga pelanggan sering diabaikan. Chatbot berperan dalam membantu bisnis menangani ribuan pesan yang masuk melalui berbagai saluran komunikasi. Bot memastikan bahwa semua pesan dari pelanggan dapat ditangani dengan cepat. Teknologi chatbot banyak digunakan oleh para pelaku bisnis karena perusahaan dapat menghemat biaya operasional dan memberikan layanan yang aktif 24 jam sehari. Hal ini secara tidak langsung akan menjadi nilai tambah yang membuat konsumen lebih menyukai produk tersebut. Selain itu, dapat menghemat jumlah tenaga kerja dan meningkatkan jumlah penjualan. Chatbot adalah aplikasi/layanan yang berinteraksi dengan pengguna melalui percakapan teks. Chatbots bekerja untuk menggantikan peran manusia dalam melayani percakapan melalui aplikasi messaging. Dia menjawab kalimat demi kalimat yang ditulis oleh orang di seberang sana. Chatbots memahami, belajar, dan berinteraksi seperti manusia. Hal ini bisa terjadi karena Artificial Intelligence atau kecerdasan buatan. Platform kerangka kerja pembuatan chatbot AI berbasis cloud menjadi semakin populer. Platform tersebut memungkinkan pengembang untuk dapat membangun chatbot tanpa kode atau dikombinasikan dengan bahasa pemrograman tertentu. Chatfuel sebagai framework chatbot builder atau pembuat bot telah digunakan oleh beberapa perusahaan kelas dunia karena hanya membutuhkan waktu respon yang singkat untuk menjawab banyak pengguna sekaligus. Berdasarkan penjelasan di atas, diharapkan layanan Chatbot yang dibangun dengan Chatfuel sebagai pembuat bot dan Facebook Messenger sebagai platform saluran obrolan dapat memberikan solusi bagi para pelaku bisnis dalam penelitian ini yaitu restoran untuk dapat mengembangkan bisnisnya seperti belanja, layanan pelanggan, pesanan makanan, pembaruan berita, reservasi, dan lainnya. (Eka & Dimas, 2019).

Bot obrolan ini akan dibangun menggunakan Microsoft Azure. Microsoft Azure adalah layanan cloud yang dimiliki oleh perusahaan cloud. Ada banyak layanan yang ditawarkan oleh Microsoft Azure, seperti web apps, virtual machine, office dan lain-lain. Salah satu layanan Microsoft Azure di bidang AI (Artificial Intelligence) dan Machine Learning (Machine Learning) adalah Chat bot. Kecerdasan Buatan sendiri menurut Suyanto 2014 adalah sebagai kecerdasan buatan, kecerdasan buatan atau artificial intelligence [4]. Bot obrolan di Azure dapat dibuat dengan beberapa cara. Pada penelitian ini lebih fokus menggunakan layanan QnA Maker pada Microsoft Azure. QnA maker merupakan salah satu layanan Microsoft Azure di bidang AI dan Machine Learning. QnA maker cukup mudah diimplementasikan karena low code (hanya membutuhkan sedikit kode pemrograman). Machine Learning (Pembelajaran Mesin) yang mengadopsi cara berpikir manusia dengan menggunakan kecerdasan buatan sehingga lebih sering disebut dengan Artificial Intelligence (AI). QnA Maker adalah layanan AI yang akan digunakan untuk memproses informasi. Mesin AI dapat menjadi cerdas karena informasi yang diajarkan atau dilatih dengan informasi yang diberikan oleh manusia. Mesin cerdas pada awalnya diciptakan dalam keadaan kosong, manusialah yang mengajarkan mesin cerdas tentang pengetahuan tentang informasi yang diberikan. Semakin banyak pengetahuan yang diajarkan (dilatih) ke mesin cerdas, semakin cerdas mesin tersebut dalam merespon informasi. Proses pembelajaran mesin cerdas di QnA Maker menggunakan Basis Pengetahuan yang disediakan di layanan Microsoft Azure. (Agus, 2020)

Penggunaan AI yang paling umum saat ini adalah chatbots dan navigasi peta. Menurut survei yang dilakukan oleh BJTech, penggunaan chatbot paling banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari (76%). Sisanya 15% digunakan untuk tujuan pendidikan dan nirlaba, sedangkan 9% digunakan untuk penggunaan pribadi. Menurut survei, industri yang paling banyak menggunakan chatbots adalah perbankan. Bank

menggunakan chatbot untuk menjawab pertanyaan harian dan paling mendasar pelanggan. Dan 12% menggunakannya di platform e-commerce. “Kami melihat masyarakat Indonesia memiliki kebiasaan bertanya sebelum membeli suatu barang. Pertanyaan yang diajukan juga sangat mendasar dan tertuang dalam deskripsi dan informasi produk.” Melihat potensi tersebut, BJTech mencoba membangun produk yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan. kebutuhan Anda.pilihan untuk memenuhi kebutuhan layanan chatbot sederhana. BJTech telah mengembangkan produk yang diimplementasikan oleh BNI bernama "Cinta: Personal Smart Banking".Karena keterbukaan dan bentuk platform tanya jawab, chatbots sering disalahgunakan oleh pengguna untuk menulis kata-kata tabu dan terlarang. Meskipun demikian, penggunaan chatbots dikatakan efektif dalam membangun hubungan atau engagement dengan pengguna. "Merek yang ingin terlibat dengan chatbots dapat menggunakan kuis atau memberikan hadiah. Kebanyakan dari mereka adalah chatbot yang ideal untuk promosi dan kampanye pemasaran." (Yenny, 2019)

## **METODE**

Studi hubungan kausal adalah studi yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel, dalam penelitian ini kita harus mengidentifikasi variabel mana yang menjadi penyebab dan mana yang merupakan variabel penyebab. Hubungan sebab akibat ini akan muncul dan terdeteksi dalam proses statistik itu sendiri. Biasanya, kita menyebut variabel kausal sebagai variabel bebas dan variabel yang mempengaruhi sebagai variabel terikat. Pada dasarnya, penelitian kausal adalah jenis penelitian yang sulit dilakukan. Hal ini disebabkan sulitnya membangun hubungan sebab akibat antar variabel yang telah diidentifikasi. Bisa jadi terdapat berbagai faktor dan variabel lain yang tidak dapat diukur sehingga tidak dapat menjelaskan hubungan antar variabel tersebut. Dalam penelitian yang berkaitan dengan psikologi, perilaku, atau persepsi, mungkin terdapat banyak faktor psikologis yang tidak disadari oleh responden sehingga memberikan jawaban yang bias. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kausal kuantitatif. Penelitian kausal kuantitatif merupakan suatu metode yang bersifat menerangkan pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. (Yuvalianda, 2020)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sejak awal kemunculan Internet, penggunaan Internet oleh masyarakat Indonesia terus meningkat, dengan 132,7 juta pengguna Internet pada tahun 2016. Hal ini mendorong para inovator untuk mengubah kehidupan manusia. Salah satu sektor yang terkena dampak perkembangan teknologi informasi dan internet adalah sektor ekonomi. Infrastruktur teknologi informasi sekarang dapat digunakan untuk mengontrol lalu lintas ekonomi. Perkembangan infrastruktur ini telah menciptakan ekonomi modern yang kita sebut e-commerce. E-commerce adalah toko virtual yang menggunakan media internet untuk kegiatan jual beli. Ada juga marketplace yang merupakan pasar virtual dimana pembeli dan penjual menggunakan media internet untuk berdagang. (Yustiani, 2017)

Kasus sukses menggunakan chatbots di dunia bisnis adalah Adidas. Dia bekerja dengan agen pemasaran bernama Byte menggunakan chatbot berbasis Facebook Messenger. Chatbot adidas ini dibuat untuk memasarkan dan memesan ruang komunitas wanita secara interaktif bernama Studio LDN. Hasilnya, dalam seminggu peluncurannya, 2.000 orang mendaftar setelah mengobrol dengan chatbot. Hasil ini pasti luar biasa, karena tidak mudah mendapatkan 2.000 orang untuk mendaftar layanan dalam seminggu. Alasannya sederhana, dibutuhkan tim yang besar untuk melakukannya. Chatbots dapat menggantikan manusia. “Salah satu daya tarik utama chatbots adalah mereka memungkinkan interaksi yang berkelanjutan dan mendalam dengan konsumen melalui percakapan satu lawan satu yang teratur.Target konsumen kami

adalah mereka para pengadopsi awal inovasi sosial sehingga chatbot adalah kendaraan yang sempurna bagi kami untuk berkomunikasi dengan mereka,” kata Sarah Gower, Managing Editor Adidas London Newsroom kepada Marketing Week. Penggunaan Facebook Messenger untuk mengembangkan chatbot dengan pendekatan bisnis seperti yang dilakukan Adidas memang tengah diganderungi. Facebook memperkenalkan sebuah platform bernama Messenger Platform pada pertengahan 2016 lalu. Setahun setelah diluncurkan telah tercatat 100 ribu bot yang dibuat di platform tersebut. Di Indonesia, Kata.ai meluncurkan platform chatbot yang cukup populer. Mereka mengklaim bahwa chatbot Kata.ai telah bertukar 200 juta pesan antara chatbot yang dibangun di platform Kata.ai dan penggunanya. Keberadaan chatbot tidak diragukan lagi merupakan pedang bermata dua bagi manusia. Di satu sisi, ia dapat memberikan efisiensi, tetapi juga memiliki sisi gelap. Firma riset Gartner memperkirakan bahwa pada tahun 2020, rata-rata orang akan menggunakan chatbots untuk mengirim pesan teks jauh lebih sering daripada pasangan mereka. Jika ini terjadi, peran "robot" yang dapat berkomunikasi dengan manusia akan membuat orang kehilangan pekerjaan dan koneksi sosialnya. (Zaenudin, 2017)

### **Pentingnya Chatbot Bagi Bisnis**

Chatbot menyederhanakan operasi bisnis dan menghemat biaya layanan pelanggan. Teknologi ini benar-benar memungkinkan Anda dengan cepat dan akurat menjawab setiap jenis pertanyaan atau pertanyaan yang dihadapi pelanggan Anda. Bahkan, menambahkan fungsionalitas chatbot ke situs web Anda juga dapat meningkatkan kenyamanan bagi pelanggan Anda, sehingga mereka akan merasa bahwa Anda sangat peduli dengan kebutuhan mereka. Menurut Forbes, sekitar 80% bisnis di seluruh dunia saat ini berencana untuk mulai mengandalkan chatbots untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dalam bisnis mereka. (Ningtyas, 2020)

### **Manfaat Chatbot pada perkembangan bisnis**

#### **1. Menghemat waktu pelanggan**

21% konsumen percaya chatbots adalah cara termudah untuk terhubung dengan bisnis. Ini juga menunjukkan bahwa chatbots cukup pintar untuk memastikan konsumen merasa terbantu dengan jawaban yang diberikan. Mereka juga tidak perlu antri untuk menanyakan bisnis kita. (Ningtyas, 2020)

#### **2. Tersedia selama 24 jam**

Sebanyak 68% konsumen akan beralih ke bisnis pesaing jika Anda tidak bisa melayani mereka dengan cerdas. Untuk itulah bot dibuat agar selalu siap melayani konsumen tanpa batasan waktu tertentu. Sekalipun mereka tidak sepenuhnya responsif seperti manusia, setidaknya layanan bisnis Anda dapat diberikan 24/7 dengan bantuan robot. (Ningtyas, 2020)

#### **3. Meningkatkan kualitas customer experience**

Bot dapat secara proaktif membuat percakapan dengan pelanggan dengan menawarkan saran dan bantuan, sehingga pelanggan merasa terbantu. Itu sebabnya bot sering digunakan sebagai cara untuk meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan bisnis. (Ningtyas, 2020)

#### **4. Menghemat biaya pelayanan**

Seperti yang disebutkan sebelumnya, chatbot sangat efektif untuk bisnis yang ingin Anda hemat. Jadi Anda tidak perlu menyewa staf atau agen pendukung untuk melayani pelanggan. Dikatakan bahwa jika sebuah perusahaan menawarkan layanan chatbot dalam proses bisnisnya, mereka dapat mengurangi biaya layanan pelanggan hingga 30%. (Ningtyas, 2020)

#### 5. Meningkatkan jumlah penjualan

Robotika tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan layanan bisnis Anda, tetapi juga dapat memengaruhi reputasi Anda. Dengan reputasi bisnis yang baik, peluang Anda untuk meningkatkan jumlah penjualan semakin besar. Mengutip hasil dari studi yang sama, Forrester Consulting, mereka mengatakan bahwa selain menghemat biaya layanan pelanggan, layanan robo memiliki potensi untuk memberikan pengembalian investasi 305%. Alasannya tidak lain adalah efektivitas yang dihasilkan oleh robotika itu sendiri, yang meningkatkan pengalaman pelanggan. (Ningtyas, 2020)

#### 6. Pendukung Lead Generation

Pembuatan prospek adalah langkah bisnis yang menghasilkan konversi dari setiap pengunjung ke situs web Anda. Anda dapat menggunakan bot untuk mengumpulkan data penting tentang setiap pengunjung situs web, seperti alamat email, nomor telepon, dan pemirsa peta berdasarkan produk yang mereka sukai dan tidak sukai. Dari situ, Anda bisa mengetahui pengunjung mana yang berpotensi menjadi pembeli sebenarnya. Anda dapat menyusun strategi metode, seperti mengirimkan buletin, menawarkan diskon, kupon, dan rekomendasi produk baru. (Ningtyas, 2020)

### Mengenal Cara Kerja Chatbot

Secara sederhana, Chatbots bekerja dengan mengandalkan kata kunci atau kata kunci yang sudah tertanam di sistem. Jadi setiap kali chatbot menerima pertanyaan dari pengguna, otomatis menyesuaikan jawaban mana yang cocok dengan kata kunci pertanyaan yang diajukan. Selain kemampuan analisis dan pengenalan yang responsif, Chatbot juga menggunakan tiga sistem operasi, yaitu: 1) *Pattern Matching* (Penyesuaian Pola); 2) *Decision Tree-Based*; dan 3) *Contextual* (Kontekstual).

### Berbagai Platform Chatbot Terbaik yang Bisa Anda Gunakan

Ada enam tahap awal penting yang perlu Anda lakukan sebelum menggunakan teknologi bot yaitu:

1. Identifikasi tujuan bisnis Anda – Mulailah dengan menjelaskan fungsi apa yang perlu didukung bisnis Anda dengan bantuan bot. Perhatikan juga konsep bot yang tepat agar bisa memberikan hasil yang maksimal bagi pengguna.
2. Pilih saluran yang tepat untuk berinteraksi dengan pelanggan Anda - Anda juga perlu memutuskan platform yang akan diintegrasikan dengan bot. Baik melalui situs web, aplikasi seluler, Facebook Messenger, Telegram, atau platform media sosial lainnya.
3. Latih robot untuk merespons dengan tepat - Sebelum robot siap digunakan, lakukan pengujian A/B untuk mengevaluasi kinerja robot Anda. Help menggunakan format Frequently Asked Questions (FAQ) agar jawaban yang dihasilkan sesuai.
4. Buat pendekatan yang seimbang – Dalam beberapa kasus, bot mungkin tidak dapat mencerna pertanyaan pelanggan. Oleh karena itu, tentukan tahapan mana yang membutuhkan bantuan robotik dan bantuan manusia langsung.
5. Tes, rilis dan evaluasi pastikan melakukan pengecekan dan evaluasi untuk menilai seberapa jauh performa yang dihasilkan.
6. Dengan melewati keenam tahapan di atas, harapannya Anda bisa menciptakan bot yang sesuai dengan minim kesalahan. Setelah itu, barulah Anda bisa menentukan platform Chatbots mana yang ingin digunakan.

Berikut adalah beberapa rekomendasi kami mengenai platform Chatbots builder terbaik:

1. Chatbot

Chatbots adalah salah satu platform paling populer yang digunakan oleh berbagai bisnis digital di dunia. Namanya saja menjelaskan bahwa platform ini menawarkan solusi yang tepat untuk membuat chatbot serbaguna. Anda dapat mengintegrasikan Chatbot di berbagai platform SMS seperti Slack, Facebook Messenger, LiveChat, Skype, Twitter, dan YouTube. Jika Anda tidak yakin apakah akan membeli, Chatbot menawarkan uji coba gratis 14 hari dengan fitur-fitur hebat seperti: 1) Menawarkan berbagai template siap pakai dan kustom; 2) Pembuatan mudah dengan seret dan lepas; 3) Memiliki pembuat chatbot visual untuk menambahkan gambar, menu, dan widget; 4) Integrasi dengan berbagai bahasa; dan 5) Proses pengujian yang cepat dan mudah.

2. Octane AI

Octane AI adalah platform chatbot yang biasa digunakan oleh pengguna Shopify dan Facebook Messenger. Sama seperti platform sebelumnya Octane AI sama sekali tidak memerlukan keterampilan pengkodean untuk menggunakannya. Berikut adalah beberapa fitur hebat yang dapat Anda coba dengan Octane AI: 1) Memiliki alat analitik yang menyediakan data pendapatan dan perilaku pelanggan yang terperinci; 2) Dapat mengirimkan pemberitahuan kepada pelanggan tentang pengiriman dan penerimaan pesanan; 3) Dapat menargetkan konsumen berdasarkan demografi dan perilaku; 4) Mulai acara di halaman Facebook; dan 5) Buat sistem layanan kustom dengan proses otomatis.

3. Engati

Berbeda dengan platform chatbot sebelumnya, Engati merupakan platform yang terintegrasi tidak hanya dengan berbagai platform chat seperti Facebook Messenger, Telegram, LINE, Viber, Skype atau Slack, tetapi juga dengan website dan blog. Engati juga menawarkan lisensi gratis, tetapi hanya untuk berinteraksi dengan 1000 pelanggan. Jika lebih dari itu, banyak sekali fitur mumpuni yang bisa Anda manfaatkan dengan Engati, yaitu:

Tersedia lebih 150 templates untuk segala jenis sektor bisnis: 1) Bisa dioperasikan dengan banyak macam bahasa; 2) Ada fitur bot dalam bentuk teks dan suara; 3) Tersedia dalam versi mobile; 4) Terintegrasi dengan lebih dari 14 platform media sosial; 5) Promosi bisnis lebih fleksibel dengan fitur automasi broadcast dan campaign; 6) Bekerja dengan berbagai deployment model seperti Public Cloud, On Premise/Private Cloud dan Hybrid; dan 7) Tersedia tools analytics. (Ningtyas, 2020).

**Tabel 1.** Seberapa Efektif Chatbot pada marketplace

Efektif Chatbot pada marketplace	
Efektif	80%
Kurang Efektif	20%

Sumber: Data diolah (2022)

Hasil penelitian yang kami lakukan menunjukkan bahwa chatbot belum efektif secara keseluruhan. Menurut narasumber kami chatbot yang ada di marketplace kadang bisa membuat pembeli merasa kebingungan karena didalam teks chatbot tersebut seperti teks dari penjual padahal itu dari chatbot. Ada beberapa pembeli merasa puas karena dengan adanya chatbot si pembeli akan tahu bahwa marketplace itu masih aktif.

**Tabel 2.** Alasan penjual menggunakan chatbot

Alasan penjual menggunakan chatbot	
Berpengaruh terhadap perkembangan bisnis	50%
Membantu dalam menjalankan bisnis	30%
Keduanya	20%

Sumber: Data diolah (2022)

Hasil penelitian yang telah kami lakukan mengenai alasan penjual menggunakan chatbot pada marketplace mereka yang menjadi narasumber kami menyatakan sebanyak 50% narasumber mengatakan alasan menggunakan chatbot adalah karena kegiatan tersebut berpengaruh besar terhadap perkembangan usaha yang dijalankannya, seperti membantu perkembangan bisnis yang sedang dijalankan. Sebanyak 30% narasumber mengatakan alasan menggunakan chatbot adalah karena kegiatan tersebut membantu pemilik usaha atau penjual dalam menjalankan bisnisnya. Hasil yang terakhir sebanyak 20% narasumber mengatakan alasan menggunakan chatbot karena berpengaruh besar terhadap perkembangan usaha yang dijalankannya dan kegiatan tersebut membantu pemilik usaha dalam menjalankan bisnisnya.

**Tabel 3.** Seberapa penting komunikasi bisnis

Seberapa penting komunikasi bisnis	
Penting	100%
Tidak penting	-

Sumber: Data diolah (2022)

Hasil penelitian yang telah kami lakukan menunjukkan bahwa komunikasi penting dilakukan untuk melakukan kerja sama karena jika komunikasi antara penjual dan pembeli dengan baik maka tujuan bisnis dalam mendapatkan keuntungan akan tercapai.

## SIMPULAN

Dari penelitian di atas dapat kami simpulkan seberapa pentingnya chatbot untuk menjalankan bisnis karena memiliki banyak manfaat diantaranya menghemat waktu pelanggan dan tersedia layanan 24 jam. Di luar dari penghematan biaya customer service, menggunakan bot juga bisa menjadi supporter terbaik anda dalam meningkatkan customer experience. Karena, dengan memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk bertanya ataupun mengajukan permintaan terkait bisnis Anda, artinya Anda benar-benar peduli dengan kebutuhan mereka. Di samping itu, teknologi bot juga menjadi salah satu cara terbaik untuk meningkatkan customer retention. Upaya ini untuk mempertahankan pelanggan demi meningkatkan profit.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, S. (2020). Chat Bot Sebagai Implementasi Pemanfaatan. *Artikel Ilmiah*, 108.
- Eka, L. A., & Dimas, W. W. (2019). Rancang Bangun Chatbot Untuk Meningkatkan. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 137.
- Ningtyas, S. (2020, April 15). *Mengenal Chatbot: Robot Virtual Yang Penting Untuk Bisnis Digital*. Diambil Kembali Dari Niagahoster: <https://www.niagahoster.co.id/blog/chatbot-adalah/>
- Yenny, Y. (2019, July 18). *Chatbot Membantu Mempercepat Proses Tanya Jawab Secara Otomatis*. Diambil Kembali Dari Dailysocial: <https://dailysocial.id/post/chatbot-kemudahan-bisnis-online>
- Yustiani, R. (2017, October 6). *Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi*. Diambil Kembali Dari Komputa Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika: [https://www.researchgate.net/publication/339355785\\_Peran\\_Marketplace\\_Sebagai\\_Alternatif\\_Bisnis\\_Di\\_Era\\_Teknologi\\_Informasi](https://www.researchgate.net/publication/339355785_Peran_Marketplace_Sebagai_Alternatif_Bisnis_Di_Era_Teknologi_Informasi)
- Yuvalianda. (2020, October 29). *Penelitian Kuantitatif: Definisi Hingga Contoh Lengkap*. Diambil Kembali Dari Blog Yupa: <https://yuvalianda.com/penelitian-kuantitatif/>

Zaenudin, A. (2017, Desember 13). *Chatbot, Robot Yang Bikin Rusak Pekerjaan Customer Service*. Diambil Kembali Dari Tirto.Id: <https://Tirto.Id/Chatbot-Robot-Yang-Bikin-Rusak-Pekerjaan-Customer-Service-Cbbm>