

PEMANFAATAN CHAT GPT OPEN AI TERHADAP ANALISIS DAN STRATEGI DALAM MENINGKATKAN PERFORMA PENJUALAN PRODUK SECARA DIGITAL

Julianto

Prodi Manajemen Bisnis Syariah, IAIN Pontianak
email: julianto@iainptk.ac.id

ABSTRACT

The rapid development of technology can produce several new innovations that are beneficial to society such as ChatGPT Open AI. ChatGPT is an artificial language model developed by OpenAI, an artificial intelligence technology company. GPT stands for "Generative Pre-trained Transformer", which refers to the model architecture used in the creation of ChatGPT. The method used in this research is a qualitative method. The results showed that the utilization of ChatGPT allows businesses to be able to conduct in-depth analysis of customer data and product reviews, help identify new problems and opportunities that have not been seen before, assist businesses in developing more targeted and personalized marketing strategies, enable businesses to provide fast and responsive responses to customer inquiries, businesses can quickly identify problems that may occur with the product, This allows for faster repairs and improvements, which in turn can increase customer satisfaction. By utilizing the analysis conducted with ChatGPT, businesses can enter a continuous cycle of improvement. Findings and feedback can be continuously processed to improve products and marketing strategies, ultimately supporting long-term sales growth. Although ChatGPT has a lot of potential, the software has limitations. Understanding the context and human interpretation remains critical to making the right decisions. In addition, ethics in data collection and use must also be prioritized. With awareness and understanding, utilizing ChatGPT in digital product sales analysis and strategy can significantly contribute to achieving business goals.

Keywords : ChatGPT, Open AI, Analysis and Strategy, Product Sales, Digital.

PENDAHULUAN

Semakin pesatnya perkembangan dunia teknologi dalam mengakses, mengelola, dan menggunakan informasi membuat setiap instrument dan aktivitas dapat dilakukan secara mudah tanpa perlu banyak menggunakan tenaga dan waktu. Teknologi selalu mengalami transformasi, perubahan baik pada fitur dan inovasi terbaru. Adanya aplikasi yang lahir secara cepat dari hari kehari telah membuktikan bahwa perkembangan teknologi informasi semakin pesat. Maraknya inovasi yang ditemukan menjadikan banyaknya peluang bisnis yang tercipta, yang mana hal ini akan dapat meningkatkan taraf hidup perekonomian masyarakat secara digital. Peluang bisnis dalam menciptakan, memasarkan, dan dapat meningkatkan penjualan produk berupa barang dan jasa. Dengan berkembang dan semakin majunya

serta banyaknya penggunaan internet, telah menciptakan berbagai macam peluang usaha maupun bisnis.

Bisnis dapat dilakukan menggunakan internet, terlebih dengan maraknya aktivitas belanja online yang dilakukan menggunakan platform e-commerce atau marketplace melalui perangkat teknologi berupa smartphone, maupun perangkat lainnya, menjadikan aktivitas jual beli secara online semakin marak dan banyak dilakukan oleh penjual dan pembeli dikarenakan kemudahannya. Pada saat ini, ekonomi digital mengalami perkembangan yang signifikan dan terus menerus berubah dengan cepat. Beberapa tren dan perkembangan utama yang terjadi dalam ekonomi digital seperti e-commerce yang berkembang pesat yang memungkinkan perdagangan elektronik terus mengalami pertumbuhan pesat. Platform e-commerce besar seperti Amazon, Alibaba, dan

Shopify telah memfasilitasi jual beli produk secara online dengan skala global.

Ekonomi digital tidak hanya sebatas pada pertumbuhan platform e-commerce dan marketplace saja tetapi fasilitas pembayaran digital dengan konsep penggunaan metode pembayaran digital mengikis penggunaan dompet digital, kartu kredit, dan transfer digital dengan teknologi pembayaran seperti QR code. Peningkatan layanan keuangan digital yang mana layanan keuangan digital, seperti perbankan online, investasi digital, dan pinjaman online, semakin berkembang. Teknologi finansial (fintech) mengubah cara orang mengakses dan mengelola keuangan mereka.

Perkembangan teknologi blockchain, dimana teknologi blockchain tidak hanya terkait dengan mata uang kripto, tetapi juga digunakan dalam aplikasi bisnis dan industri lainnya, termasuk manajemen rantai pasokan, manajemen dokumen, dan validasi transaksi. Penggunaan kecerdasan buatan (AI) dan analitik telah membantu bisnis dalam mengumpulkan dan menganalisis data dengan lebih baik. Ini membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik dan peningkatan pengalaman pelanggan. Edukasi dan pelatihan daring yang mana Industri pendidikan dan pelatihan mengalami transformasi besar dengan peningkatan kursus online, platform pembelajaran jarak jauh, dan sumber daya belajar digital. Pekerjaan jarak jauh dan Freelancing membuat meningkatnya teknologi komunikasi telah memungkinkan banyak pekerja untuk bekerja dari jarak jauh (remote) atau sebagai pekerja lepas (freelancer). Ini telah mengubah lanskap pekerjaan dan memunculkan ekonomi gig.

Perkembangan teknologi lainnya juga terjadi pada Internet of Things (IoT) yang telah menghubungkan perangkat elektronik ke internet, memungkinkan pengumpulan data yang lebih luas dan pemantauan jarak jauh. Ini memainkan peran penting dalam industri seperti manufaktur, pertanian, dan smart cities. Pertumbuhan media sosial dan

konten digital terus tumbuh dengan pengguna yang semakin aktif. Konten digital, seperti video, podcast, dan konten interaktif, semakin dominan dalam strategi pemasaran dan komunikasi bisnis. Pertumbuhan ekonomi digital juga diiringi oleh tantangan keamanan siber dan privasi. Perlindungan data dan upaya untuk mengatasi ancaman siber menjadi semakin penting. Chatbot dan asisten virtual berbasis kecerdasan buatan semakin banyak digunakan untuk memberikan layanan pelanggan yang responsif dan efisien. Layanan cloud computing terus tumbuh, membantu bisnis menyimpan dan mengakses data dengan lebih mudah dan efisien. Dengan banyaknya berbagai macam teknologi yang diciptakan dan dikembangkan dari masa ke masa menjadikan banyaknya praktisi, programmer, dan developer seolah berlomba lomba dalam membuat aplikasi yang dapat memudahkan pekerjaan manusia. Walaupun banyak sekali teknologi dan aplikasi yang tercipta, namun tidak sedikit pula teknologi maupun aplikasi yang kurang digunakan/diminati bahkan tidak digunakan sama sekali. Hingga pada 30 November 2022 (Wikipedia, 2022) lahirlah ChatGPT yang membuat semua orang kagum dan terbantu akan fungsi, fitur, dan kehandalan teknologinya dalam mempermudah pekerjaan, kebutuhan akademik, penelitian, pengembangan teknologi, hingga membantu dalam sektor bisnis di era digital.

METODE PENELITIAN

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yang merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami dan menganalisis fenomena kompleks dalam konteks alamiahnya. Pendekatan ini cenderung lebih fokus pada interpretasi, pemahaman mendalam, dan analisis makna dari data yang dikumpulkan. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah untuk menggali wawasan tentang pandangan,

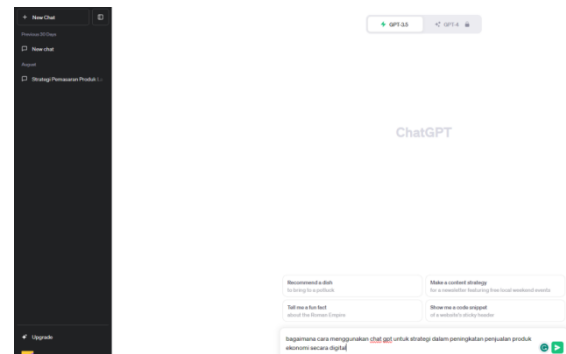
sikap, perilaku, dan konteks sosial yang mendasari fenomena yang sedang diteliti. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode Studi Literatur yang merupakan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan pengumpulan data pustaka, membaca, dan mencatat, serta mengelola bahan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

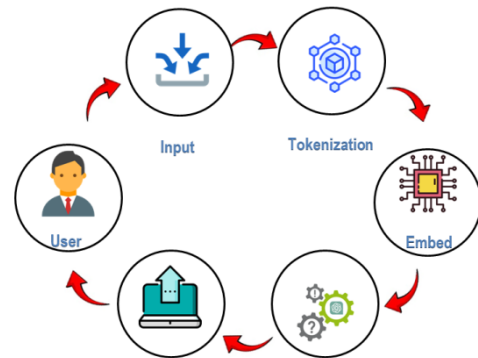
ChatGPT adalah model bahasa buatan yang dikembangkan oleh OpenAI, sebuah perusahaan teknologi kecerdasan buatan. GPT adalah singkatan dari "Generative Pre-trained Transformer", yang mengacu pada arsitektur model yang digunakan dalam pembuatan ChatGPT. Model ini memiliki kemampuan untuk memahami dan menghasilkan teks dalam bahasa manusia yang mirip dengan cara orang berbicara dan menulis. ChatGPT didukung oleh serangkaian data yang sangat besar dan beragam, yang memungkinkannya untuk menghasilkan teks yang cukup informatif, kreatif, dan responsif yang dapat digunakan dalam berbagai aplikasi, termasuk penerjemahan teks, penulisan konten, dukungan pelanggan, pembuatan kode, dan lainnya. OpenAI merilis beberapa versi GPT, dan GPT-3.5 merupakan salah satu versi dari model ini. GPT-3.5 memiliki 175 miliar parameter, yang menjadikannya salah satu model bahasa paling canggih dan kompleks yang ada. Model ini dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan, menulis esai, menghasilkan teks kreatif, dan berinteraksi dengan pengguna melalui chat atau antarmuka teks lainnya. Meskipun ChatGPT memiliki kemampuan yang mengesankan, ChatGPT tidak memiliki pemahaman atau pengetahuan dunia seperti manusia. Hasil dari ChatGPT harus selalu diperiksa kebenarannya dan tidak dianggap sebagai sumber informasi tunggal yang akurat.

ChatGPT dan model-model bahasa serupa diciptakan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman mesin terhadap bahasa manusia dan memberikan kemampuan kepada komputer untuk

berinteraksi dengan manusia dengan lebih alami dan responsif. Tujuan utama dari penciptaan ChatGPT adalah komunikasi manusia-mesin yang Lebih Alami. Dengan menggunakan model bahasa seperti ChatGPT, tujuan utamanya adalah membuat komunikasi antara manusia dan mesin lebih alami dan mudah dipahami. Dimana hal ini termasuk pengembangan antarmuka yang lebih ramah pengguna untuk berinteraksi dengan teknologi.



Gambar 1 Tampilan Chat GPT



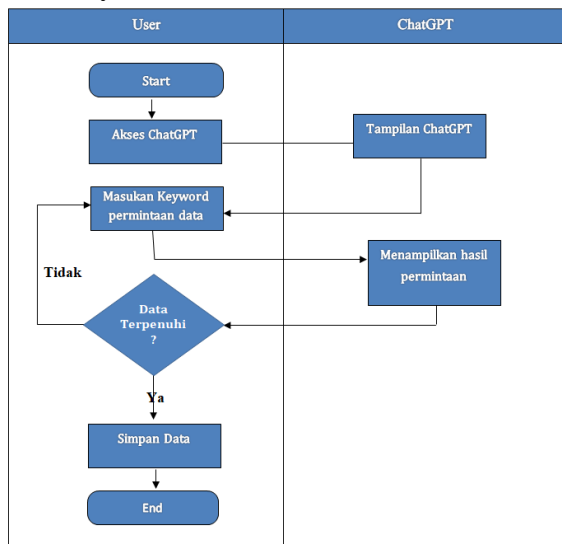
Gambar 2 Cara kerja ChatGPT

Adapun cara kerja ChatGPT yakni seperti terangkum dibawah ini :

1. User/Pengguna mengirimkan input yang berupa instruksi, pesan, atau pertanyaan melalui chatbot GPT.
2. Pada tahapan tokenization, dari input yang masuk setiap kata pada pertanyaan yang diinput akan dibagi, diurutkan, dan diproses oleh model.
3. Pada tahapan embed, teks yang sudah melalui proses tokenisasi akan diubah menjadi vektor agar program dapat memahami konteks pertanyaan.
4. Pada tahapan Model Processing, Chat GPT menghasilkan respon yang relevan

dan alami menggunakan model bahasa yang sudah dilatih.

5. Pada tahapan Output, jawaban atau solusi yang dihasilkan akan dikirimkan kembali ke pengguna melalui chatbot dalam bentuk teks.
6. Output yang telah diterima akan digunakan oleh user/pengguna untuk kebutuhan penelitian, analisis, pencarian data/informasi, maupun kebutuhan lainnya.



Gambar 3 Flowchart pencarian dan permintaan data pada ChatGPT

Menggunakan ChatGPT dalam strategi peningkatan penjualan produk ekonomi secara digital dapat melibatkan beberapa langkah. Berikut adalah langkah- langkah yang dapat diterapkan :

1. Mendefinisikan Tujuan
Menentukan tujuan dalam peningkatan penjualan produk ekonomi secara digital. Apakah tujuannya yakni meningkatkan kesadaran, menghasilkan lead, atau langsung meningkatkan penjualan, dimana tujuan yang jelas akan membantu mengarahkan strategi.
2. Identifikasi Target Audiens
Kenali siapa yang menjadi target audien, apakah mahasiswa, profesional, atau segmen lainnya dalam ekonomi digital. Pahami

karakteristik mereka, kebutuhan, dan preferensinya.

3. Kembangkan Pesan dan Konten
Gunakan ChatGPT untuk menghasilkan konten yang relevan dan menarik untuk audiens. Buat pesan-pesan pemasaran, artikel blog, panduan, atau saran yang berhubungan dengan topik ekonomi digital.
4. Personalisasi Komunikasi
Gunakan ChatGPT untuk membantu dalam personalisasi komunikasi. Buat pesan atau konten yang sesuai dengan kebutuhan individu atau segmen audiens. Personalisasi dapat meningkatkan keterlibatan dan relevansi dalam manajemen produk/jasamu.
5. Kreasi Konten SEO
Gunakan ChatGPT untuk menghasilkan konten yang dioptimalkan untuk mesin pencari (SEO). Konten yang relevan dan terstruktur dapat membantu meningkatkan visibilitas di mesin pencari dan mendatangkan lebih banyak lalu lintas pengunjung.
6. Pemasaran Media Sosial
Gunakan ChatGPT untuk menghasilkan posting media sosial yang menarik. Buat konten yang sesuai dengan platform media sosial yang berbeda dan tata cara berbicara audiens di sana.
7. Pengembangan Email Marketing
Buat konten untuk kampanye email marketing menggunakan ChatGPT. Buat judul menarik, headline, dan pesan yang dapat membujuk penerima untuk mengambil tindakan.
8. Pertanyaan Pelanggan dan Dukungan
Integrasikan ChatGPT ke dalam situs web atau platform digitalmu sebagai alat dukungan pelanggan. Gunakan model untuk merespons pertanyaan umum dan memberikan informasi yang dibutuhkan.
9. Pembuatan Konten Interaktif

Buat konten interaktif seperti kuis, survei, atau alat perhitungan menggunakan ChatGPT. Konten interaktif dapat meningkatkan keterlibatan dan membangun hubungan dengan audiens.

10. Analisis dan Evaluasi

Pantau kinerja konten yang dihasilkan oleh ChatGPT. Gunakan alat analisis untuk melihat bagaimana konten berperforma, apakah ada peningkatan dalam interaksi, konversi, dan penjualan.

11. Pengoptimalan Berkelanjutan

Berdasarkan hasil analisis, terus optimalkan strategi pemasaran menggunakan ChatGPT. Ulangi langkah-langkah di atas dan selalu pertimbangkan umpan balik dari pelanggan.

12. Pemahaman Eksperimen dan Batasan

Meskipun ChatGPT dapat membantu dalam banyak aspek, ia memiliki batasan. Model ini tidak memiliki pemahaman menyeluruh tentang dunia nyata, jadi selalu periksa dan validasi informasi yang dihasilkan.

13. Perhatikan Etika

Pertimbangkan etika dan kebijakan dalam penggunaan ChatGPT dalam strategi pemasaran. Hindari penggunaan yang menyesatkan atau merugikan pelanggan.

SIMPULAN

Pemanfaatan ChatGPT OpenAI dalam analisis dan strategi untuk meningkatkan performa penjualan produk secara digital dapat memberikan manfaat yang signifikan. Dengan memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan seperti ChatGPT, bisnis yang direncanakan dan sedang berjalan mendapatkan wawasan lebih dalam tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta mengembangkan strategi yang lebih terinformasi dan efektif. Adapun beberapa kesimpulan terkait pemanfaatan ChatGPT Open AI terhadap analisis dan strategi

dalam meningkatkan performa penjualan produk secara digital adalah :

1. Analisis Mendalam

Pemanfaatan ChatGPT memungkinkan bisnis untuk melakukan analisis mendalam terhadap data pelanggan dan ulasan produk. Model ini dapat membantu mengidentifikasi tren, sentimen, dan kecenderungan pelanggan yang mungkin terlewatkan dalam analisis tradisional.

2. Penemuan Temuan yang Signifikan

Dengan menggali data lebih dalam melalui interaksi dengan ChatGPT, pelaku bisnis dapat menemukan temuan dan wawasan yang tidak terduga. Ini membantu dalam mengidentifikasi masalah yang perlu diatasi dan peluang baru yang mungkin belum terlihat sebelumnya.

3. Personalisasi Konten dan Strategi

Informasi yang diperoleh dari ChatGPT dapat membantu bisnis dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terarah dan personal. Dengan memahami preferensi individu, bisnis dapat menyusun konten yang lebih relevan dan mengarahkan tindakan pemasaran dengan lebih tepat.

4. Respon Cepat dan Responsif

Menggunakan ChatGPT sebagai alat dukungan pelanggan memungkinkan bisnis untuk memberikan respon yang cepat dan responsif terhadap pertanyaan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan membantu dalam mengatasi masalah dengan lebih efisien.

5. Peningkatan Kualitas Produk

Melalui analisis ulasan dan umpan balik pelanggan, bisnis dapat dengan cepat mengidentifikasi masalah yang mungkin terjadi pada produk. Ini memungkinkan untuk perbaikan dan peningkatan yang lebih cepat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

6. Siklus Perbaikan Berkelanjutan

Dengan memanfaatkan analisis yang dilakukan dengan ChatGPT, bisnis dapat memasuki siklus perbaikan yang berkelanjutan. Temuan dan umpan balik dapat terus diolah untuk meningkatkan produk dan strategi pemasaran, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan penjualan jangka panjang.

7. Batasan ChatGPT

Meskipun ChatGPT memiliki banyak potensi, itu juga memiliki batasan. Pemahaman konteks dan interpretasi manusia tetap penting untuk mengambil keputusan yang tepat. Selain itu, etika dalam pengumpulan dan penggunaan data juga harus diutamakan. Dengan kesadaran dan pemahaman yang matang, pemanfaatan ChatGPT dalam analisis dan strategi penjualan produk secara digital dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mencapai tujuan bisnis.

- [5] Hill-Yardin, E. L., Hutchinson, M. R., Laycock, R., & Spencer, S. J. (2023). A Chat (GPT) about the future of scientific publishing. *Brain Behav Immun, 110*, 152-154.
- [6] Simarmata, J., Budiarta, K., & Ginting, S. O. (2021). Ekonomi dan Bisnis Digital.
- [7] Widharta, W. P. (2013). Penyusunan strategi dan sistem penjualan dalam rangka meningkatkan penjualan toko damai. *Jurnal Strategi Pemasaran, 1(2)*, 1-15.
- [8] Wikipedia. (2022). *ChatGPT*. 2022. [https://id.wikipedia.org/wiki/ChatGPT#:~:text=Layanan dasar,-Kantor pusat OpenAI&text=ChatGPT diluncurkan pada 30 November,lebih dari 1 juta pengguna](https://id.wikipedia.org/wiki/ChatGPT#:~:text=Layanan%20dasar,-Kantor%20pusat%20OpenAI&text=ChatGPT%20diluncurkan%20pada%2030%20November,lebih%20dari%201%20juta%20pengguna).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Annur, H. (2019). Penerapan Data Mining Menentukan Strategi Penjualan Variasi Mobil Menggunakan Metode K-Means Clustering. *Jurnal Informatika Upgris, 5(1)*.
- [2] Bachtiar, P. P., Diningrat, R. A., Kusuma, A. Z. D., Izzati, R. A., & Diandra, A. (2020). Ekonomi Digital untuk Siapa. *Menuju Ekonomi Digital yang Inklusif di Indonesia. The SMERU Research Institute, Jakarta*.
- [3] Barefoot, K., Curtis, D., Jolliff, W., Nicholson, J. R., & Omohundro, R. (2018). Defining and measuring the digital economy. *US Department of Commerce Bureau of Economic Analysis, Washington, DC, 15*, 210.
- [4] Firat, M. (2023). How chat GPT can transform autodidactic experiences and open education. *Department of Distance Education, Open Education Faculty, Anadolu Unive*.