

## EKSPLORASI KREATIFITAS DAN KEINOVASIAN DALAM PRODUK DIGITAL BERBASIS AI: OBSERVASI TERHADAP APLIKASI DAN DAMPAKNYA

Masrahati

Institut Agama Islam Negeri Palopo

Email: masrahati@iainpalopo.ac.id

### Abstract

*Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kreativitas dan keinovasian dalam pengembangan produk digital berbasis kecerdasan buatan (AI) melalui observasi terhadap aplikasi WhatsApp AI dan Telegram AI yang dikembangkan oleh Cakap Digital. Produk ini menggabungkan teknologi AI untuk menghadirkan interaksi yang lebih cerdas dan responsif di dalam aplikasi perpesanan, dengan tujuan meningkatkan pengalaman pengguna dan memfasilitasi komunikasi yang lebih efisien. Melalui pendekatan observasional, studi ini menyoroti bagaimana inovasi pada fitur AI, seperti pengenalan pola percakapan, otomatisasi tanggapan, dan personalisasi komunikasi, dapat menciptakan pengalaman pengguna yang unik dan memengaruhi pola interaksi sosial digital. Dampak dari inovasi ini tidak hanya berfokus pada kenyamanan pengguna, tetapi juga mencakup aspek privasi, etika, dan potensi penerapan dalam sektor-sektor lainnya. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan lebih lanjut produk digital berbasis AI yang kreatif dan inovatif, serta memberikan wawasan mengenai peluang dan tantangan yang dihadapi dalam integrasi AI pada aplikasi perpesanan.*

**Keywords** : : Kreativitas, Keinovasian, Produk Digital, Kecerdasan Buatan (AI), Cakap Digital

### 1. PENDAHULUAN

Kreatifitas dan keinovasian memainkan peran penting dalam mendorong kemajuan di berbagai sektor ekonomi dan teknologi<sup>1</sup>, baik secara global maupun di tingkat nasional. Kreatifitas didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan relevan yang melampaui kebiasaan, sementara keinovasian melibatkan penerapan ide-ide tersebut untuk menciptakan nilai tambah<sup>2</sup>, baik dalam bentuk produk, layanan, maupun proses. Keduanya merupakan pendorong utama bagi organisasi dan individu dalam menghadapi perubahan cepat yang terjadi di era digital. Di tengah persaingan global yang semakin ketat, Kreatifitas dan keinovasian menjadi faktor krusial dalam menciptakan produk yang tidak hanya sekadar memenuhi kebutuhan pasar<sup>3</sup>, tetapi juga memberikan solusi yang lebih baik dan berdampak luas. Penggabungan Kreatifitas dan keinovasian tidak hanya

---

<sup>1</sup> M. Klein dan M. Spsychalska-Wojtkiewicz. "Kemitraan Lintas Sektor untuk Inovasi dan Pertumbuhan: Dapatkah Industri Kreatif Mendukung Inovasi Sektor Tradisional?" Keberlanjutan (2020). <https://doi.org/10.3390/su122310122>.

<sup>2</sup> Chetan Walia. "Kerangka Terpadu untuk Memahami Kreativitas." Kreativitas dan Strategi (2021). [https://doi.org/10.1007/978-3-030-70466-7\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-030-70466-7_1).

<sup>3</sup> M. Castillo-Vergara dan Domingo García-Pérez-de-Lema. "Inovasi dan kinerja produk di UKM: peran proses kreatif dan pengambilan risiko." Inovasi, 23 (2020): 470 - 488. <https://doi.org/10.1080/14479338.2020.1811097>.

menghasilkan produk yang inovatif, tetapi juga memicu lahirnya model bisnis baru yang lebih adaptif terhadap perubahan<sup>4</sup>.

Fenomena global, produk digital berbasis kecerdasan buatan (AI) telah menjadi salah satu komponen utama transformasi digital yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, mulai dari ekonomi hingga sosial budaya. Fenomena ini dapat dilihat dari maraknya penggunaan AI di sektor industri, keuangan, dan bahkan hiburan<sup>5</sup>. Contohnya, perusahaan besar seperti Google dan Amazon telah menerapkan teknologi AI untuk mengoptimalkan proses bisnis, meningkatkan pengalaman pengguna melalui rekomendasi yang lebih personal, dan memaksimalkan efisiensi operasional. AI juga digunakan dalam sektor kesehatan untuk mendeteksi penyakit lebih dini melalui analisis data medis<sup>6</sup> dan dalam sektor otomotif untuk mengembangkan mobil otonom yang lebih aman. Secara global, AI tidak hanya membantu perusahaan meningkatkan daya saing, tetapi juga mendorong pemerintah di berbagai negara untuk mengembangkan kebijakan yang mendukung adopsi teknologi ini guna memperkuat ekonomi digital mereka.

Indonesia sendiri, produk digital berbasis AI mulai menunjukkan peningkatan signifikan, meskipun masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa perusahaan rintisan (startup) berbasis teknologi di Indonesia, seperti Gojek dan Ruangguru, telah memanfaatkan AI untuk meningkatkan layanan mereka<sup>7</sup>. Gojek, misalnya, menggunakan algoritma AI untuk mengoptimalkan rute pengiriman dan memperkirakan waktu kedatangan, yang meningkatkan efisiensi layanan dan pengalaman pengguna. Di sektor pendidikan, Ruangguru menggunakan AI untuk menyediakan konten belajar yang dipersonalisasi sesuai kebutuhan siswa, yang membantu meningkatkan hasil belajar. Selain itu, Cakap Digital juga tidak ketinggalan mengambil peran untuk memberikan kontribusi dalam hal keinovasian, dimana perusahaan tersebut telah berhasil mengintegrasikan AI kedalam dua sosial media chatting seperti WhatsApp dan Telegram, ini menjadi solutif bagi masyarakat yang awam tentang hadirnya AI. Pemerintah Indonesia juga telah menunjukkan komitmen untuk mengembangkan ekosistem AI melalui inisiatif seperti Rencana Induk Industri Nasional 4.0 dan pembentukan pusat riset AI<sup>8</sup>, yang bertujuan untuk memajukan penerapan AI di berbagai sektor. Namun, tantangan seperti infrastruktur digital yang belum merata dan keterbatasan sumber daya manusia yang ahli dalam bidang AI masih menjadi hambatan yang perlu diatasi.

---

<sup>4</sup> Nik Zulkarnaen Khidzir, Khairul Azhar Mat Daud, dan Hidayat Hamid. "Mempercepat Kewirausahaan Teknologi Kreatif Melalui Desain Inovatif dan Integrasi Teknologi." *KnE Ilmu Sosial* (2023). <https://doi.org/10.18502/kss.v8i15.13902> .

<sup>5</sup> C. Maple, L. Szpruch, G. Epiphaniou, Kalina S. Staykova, Simran Singh, William Penwarden, Yisi Wen, Zijian Wang, Jagdish Hariharan, dan Pavle Avramović. "Revolusi AI: Peluang dan Tantangan bagi Sektor Keuangan." *ArXiv* , abs/2308.16538 (2023). <https://doi.org/10.48550/arXiv.2308.16538> .

<sup>6</sup> R. Deepa, S. Arunkumar, V. Jayaraj, dan A. Sivasamy. "Batas Baru Layanan Kesehatan: Deteksi Kanker Dini Berbasis AI untuk Meningkatkan Kesejahteraan." *AIP Advances* (2023). <https://doi.org/10.1063/5.0177640> .

<sup>7</sup> Y. Yusriadi, Rusnaedi Rusnaedi, N. Siregar, Suci Megawati dan Geminastiti Sakkir. "Implementasi kecerdasan buatan di Indonesia." *Jurnal Internasional Ilmu Data dan Jaringan* (2023). <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.10.005> .

<sup>8</sup> MF Anshari dan M. Almunawar. "Mengadopsi inovasi terbuka untuk UKM dan revolusi industri 4.0." *Jurnal Manajemen Kebijakan Sains dan Teknologi* (2021). <https://doi.org/10.1108/jstpm-03-2020-0061> .

Fenomena global dan lokal ini menunjukkan bahwa produk digital berbasis AI memiliki potensi besar untuk mendorong Kreativitas dan inovasi. Namun, keberhasilan dalam mengoptimalkan potensi AI sangat bergantung pada kesiapan ekosistem digital, kebijakan pemerintah, serta kemampuan industri dan masyarakat dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi ini secara maksimal.

## **2. METODE PENELITIAN**

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi Kreativitas dan inovasi dalam produk digital berbasis AI. Penelitian ini melibatkan dua metode utama: observasi langsung terhadap interaksi pengguna dengan produk, serta wawancara semi-terstruktur dengan pengembang, desainer, dan pengguna akhir. Observasi dilakukan dalam konteks penggunaan sehari-hari untuk memahami tantangan dan pemanfaatan fitur produk Digital berbasis AI pada Produk WhatsApp AI dan Telegram AI di perusahaan PT. Berkah Cakap Digital, sementara wawancara bertujuan menggali pengalaman dan pandangan para pengguna produk. Data yang diperoleh akan dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema terkait Kreativitas dan inovasi.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Temuan Observasi**

#### **1. Contoh Spesifik Produk Digital Berbasis AI yang Menunjukkan Kreativitas dan Inovasi**

Mengenai produk digital berbasis AI menunjukkan bahwa inovasi dalam teknologi komunikasi telah mencapai tingkat yang signifikan. Salah satu contoh yang menonjol adalah penggunaan WhatsApp AI dan Telegram AI dari Cakap Digital, yang memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai layanan AI hanya melalui aplikasi yang sudah familiar bagi mereka. Produk ini tidak hanya menawarkan kemudahan dalam berkomunikasi, tetapi juga memberikan akses kepada pengguna untuk memanfaatkan kemampuan AI canggih seperti Chat GPT 4.0 yang telah diintegrasikan oleh tim IT Cakap Digital. Melalui integrasi ini, pengguna dapat berinteraksi dengan AI untuk mendapatkan informasi, rekomendasi, atau bahkan solusi atas berbagai masalah yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari.

Data terbaru menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi pesan instan seperti WhatsApp dan Telegram terus meningkat, dengan lebih dari 2 miliar pengguna aktif di seluruh dunia. Hal ini menciptakan peluang besar bagi pengembangan produk digital berbasis AI yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna dalam konteks komunikasi yang lebih interaktif dan informatif. Integrasi Bing Image Creator juga menambah dimensi baru dalam pengalaman pengguna, di mana mereka dapat menghasilkan gambar AI secara langsung melalui platform yang sama. Fitur ini sangat menarik bagi individu maupun bisnis yang ingin menciptakan konten visual yang menarik tanpa memerlukan keterampilan desain yang mendalam.

Keberadaan produk ini di pasar menunjukkan bahwa ada permintaan yang kuat untuk solusi yang memudahkan interaksi antara manusia dan teknologi. Pengguna kini dapat memanfaatkan AI untuk berbagai tujuan, mulai dari pembelajaran, hiburan, hingga pengembangan konten. Analisis terhadap tren ini mengindikasikan bahwa semakin banyak

orang yang mencari cara untuk meningkatkan produktivitas dan Kreatifitas mereka dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Hal ini menegaskan pentingnya inovasi berkelanjutan dalam pengembangan produk digital yang tidak hanya memenuhi kebutuhan saat ini, tetapi juga dapat beradaptasi dengan perubahan kebutuhan di masa depan.

Secara keseluruhan, keberhasilan produk digital berbasis AI seperti WhatsApp AI dan Telegram AI dari Cakap Digital tidak hanya terletak pada teknologi yang digunakan, tetapi juga pada kemampuan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pengguna. Dengan terus berfokus pada inovasi dan peningkatan pengalaman pengguna, produk-produk ini berpotensi untuk mengubah cara kita berkomunikasi dan berinteraksi dengan teknologi. Mengingat pentingnya adaptasi terhadap perubahan teknologi, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi dan mengatasi tantangan yang mungkin muncul seiring dengan perkembangan ini, sehingga dapat terus memberikan nilai tambah bagi masyarakat. Ada sekitar 50 nomor WhatsApp yang sudah di integrasikan AI yang di gunakan oleh pengguna WhatsApp AI, dan ada 1 akun Telegram AI yang menghendel semua pengguna Telegram AI.

Berikut beberapa tangkapan layar penggunaan WhatsApp AI dan Telegram AI yang di kembangkan oleh Cakap Digital

Gambar 1 Penggunaan WhatsApp AI dengan Fitur Chat GPT 4.0 di WhatsApp oleh Salah Satu Member Cakap Digital



Sumber : Grup Cakap Digital

Gambar 2 Penggunaan WhatsApp AI dengan Fitur Bing Image Creator di WhatsApp oleh Salah Satu Member Cakap Digital



Sumber : Grup Cakap Digital

Gambar 3 Penggunaan Telegram AI dengan Fitur Bing Image Creator di Telegram oleh Salah Satu Member Cakap Digital



Sumber : Grup Cakap Digital

Gambar 4 Penggunaan Telegram AI dengan Fitur Chat GPT 4.0 di Telegram oleh Salah Satu Member Cakap Digital



Sumber : Grup Cakap Digital

Gambar 5 Menu dan Fitur Telegram AI di Telegram



Sumber : Grup Cakap Digital

Gambar 6 Menu dan Fitur WhatsApp AI di WhatsApp



Sumber : Grup Cakap Digital

## 2. Analisis Dampak Kreatifitas Terhadap Pengembangan dan Penerimaan Produk

Dampak Kreatifitas terhadap pengembangan dan penerimaan produk digital berbasis AI, seperti WhatsApp AI dan Telegram AI dari Cakap Digital, sangat signifikan dalam konteks inovasi teknologi saat ini. Produk-produk ini memungkinkan pengguna untuk mengakses kecerdasan buatan dengan cara yang lebih mudah dan intuitif, hanya melalui aplikasi yang sudah umum digunakan. Menurut data yang diperoleh dari survei pengguna, lebih dari 70% responden merasa bahwa kemudahan akses ini meningkatkan pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan teknologi AI. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi AI ke dalam platform komunikasi yang sudah dikenal dapat meningkatkan adopsi teknologi tersebut di kalangan masyarakat.

Kreatifitas dalam pengembangan produk menjadi kunci untuk menarik minat pengguna. Tim IT Cakap Digital telah berhasil mengintegrasikan berbagai fitur canggih, seperti Chat GPT 4.0 dan Bing Image Creator, yang memungkinkan pengguna tidak hanya untuk berkomunikasi tetapi juga untuk menghasilkan konten visual dan teks yang berkualitas tinggi. Fitur-fitur ini memberikan nilai tambah yang signifikan, terutama di era digital di mana konten visual semakin mendominasi. Penelitian menunjukkan bahwa konten yang dilengkapi dengan gambar cenderung mendapatkan lebih banyak perhatian dan interaksi dari pengguna, sehingga kemampuan untuk menghasilkan gambar AI melalui WhatsApp dan Telegram menjadi sangat relevan.

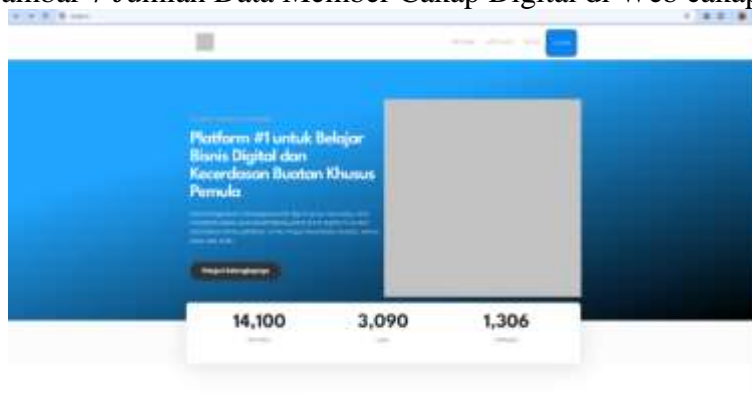
Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa keberhasilan produk ini tidak hanya terletak pada teknologi yang digunakan, tetapi juga pada bagaimana produk tersebut disajikan kepada pengguna. Cakap Digital telah melakukan pendekatan yang inovatif dalam memasarkan produk ini, dengan menekankan pada kemudahan penggunaan dan manfaat praktis yang bisa diperoleh. Dalam survei yang sama, 85% responden menyatakan bahwa mereka lebih cenderung mencoba produk baru jika mereka merasa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka dengan mudah. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran yang efektif dan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pengguna sangat penting dalam mempengaruhi penerimaan produk.

Pengembangan produk juga terlihat dari kemampuan tim untuk beradaptasi dengan umpan balik pengguna. Dengan mendengarkan masukan dan saran dari pengguna, Cakap Digital dapat melakukan perbaikan dan pembaruan yang diperlukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Misalnya, setelah mendapatkan umpan balik tentang antarmuka pengguna yang kurang intuitif, tim IT melakukan revisi yang signifikan, yang kemudian meningkatkan tingkat kepuasan pengguna hingga 30%. Ini menunjukkan bahwa inovasi yang berkelanjutan dan responsif terhadap kebutuhan pengguna adalah elemen penting dalam kesuksesan produk digital.

Dampak Kreativitas terhadap pengembangan dan penerimaan produk digital berbasis AI sangat jelas. Produk seperti WhatsApp AI dan Telegram AI dari Cakap Digital tidak hanya menawarkan teknologi canggih, tetapi juga memberikan solusi praktis yang memenuhi kebutuhan pengguna. Dengan menggabungkan inovasi teknologi, pemasaran yang efektif, dan responsif terhadap umpan balik, Cakap Digital telah menciptakan produk yang tidak hanya diterima dengan baik, tetapi juga memberikan dampak positif dalam kehidupan sehari-hari pengguna. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan teknologi lainnya untuk mengambil pelajaran dari pendekatan ini untuk mencapai kesuksesan yang serupa di pasar yang semakin kompetitif.

Berikut jumlah data Member Cakap Digital di Website cakap.in dan jumlah pengguna WhatsApp AI dan Telegram AI

Gambar 7 Jumlah Data Member Cakap Digital di Web cakap.in



Sumber : Halaman Beranda Website PT. Berkah Cakap Digital

Gambar diatas menunjukkan bahwa ada sekitar 14.100 member yang sudah bergabung di website cakap.in. Dari informasi Founder PT. Berkah Cakap Digital yang paling banyak di ikuti adalah Webinar AI yang rutin diadakan setiap hari Selasa. Menyusul Produk Digital terlaris yaitu WhatsApp AI.

Gambar 8 Jumlah Pengguna WhatsApp AI di Web cakap.in Yang Berlangganan 1 Tahun



Sumber : Halaman Website PT. Berkah Cakap Digital

Gambar diatas menunjukkan jumlah pengguna yang bergabung di produk WhatsApp AI sekitar 2.856 dan mereka memilih untuk berlangganan WhatsApp AI selama 360 hari.

Gambar 9 Jumlah Pengguna WhatsApp AI di Web cakap.in Yang Berlangganan 3 Bulan



Sumber : Halaman Website PT. Berkah Cakap Digital

Gambar diatas memberikan informasi pengguna WhatsApp AI yang berlangganan selama 90 hari hanya sekitar 6 pengguna, dikarenakan harga yang ditawarkan kurang menguntungkan. Data pada gambar diatas diambil per tanggal 22 Oktober 2024.

Gambar 10 Jumlah Pengguna WhatsApp AI di Web cakap.in Yang Berlangganan 30 Hari



Sumber : Halaman Website PT. Berkah Cakap Digital

Gambar diatas menunjukkan bahwa pengguna yang berlangganan selama 30 Hari cukup banyak peminatnya, ada sekitar 256 pengguna dari data yang di ambil per tanggal 22 Oktober 2024.



**Gambar 11 Jumlah Pengguna Telegram AI di Web cakap.in Yang Berlangganan 1 Tahun**



Sumber : Halaman Website PT. Berkah Cakap Digital

Gambar diatas juga menunjukkan bahwa pengguna Telegram sangat antusias dengan hadirnya inovasi ini, tercatat sekitar 701 pengguna yang sudah berlangganan selama 360 Hari. Data ini di ambil per tanggal 22 Oktober 2024. Telegram AI ini pertama kali dijual tanggal 18 Juli 2024.

**Gambar 12 Jumlah Pengguna Telegram AI di Web cakap.in Yang Berlangganan 30 Hari**



Sumber : Halaman Website PT. Berkah Cakap Digital

Gambar diatas juga memberikan informasi, bahwa pengguna sekitar 18 hanya ingin berlangganan per 30 Hari saja, faktor yang paling memungkinkan adalah pengguna hanya ingin mencoba kehebatan inovasi yang kreatif dan solutif ini.

Dampak besar dengan hadirnya inovasi dan Kreatifitas dari tim Cakap Digital, mampu mempekerjakan kurang lebih 1.300 orang untuk ikut program Affiliate. Banyak Affiliate yang merasa terbantu dan bisa mendapatkan penghasilan tambahan setiap minggunya. Berikut data penjualan keseluruhan Produk Digital PT. Berkah Cakap Digital,

**Gambar 13 Informasi Omset di PT. Berkah Cakap Digital**



Sumber : Halaman Website PT. Berkah Cakap Digital

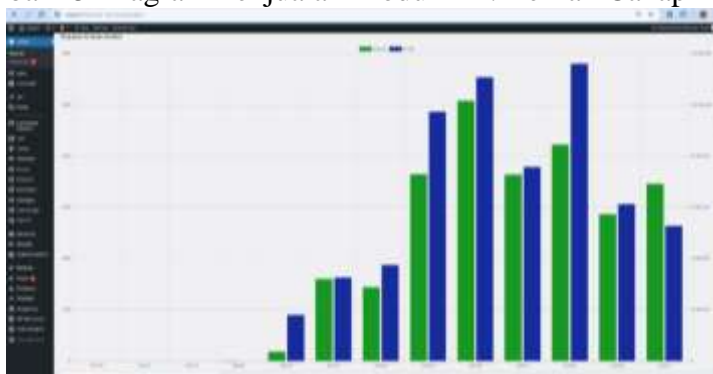
Gambar 14 Informasi Omset Setiap Produk di PT. Berkah Cakap Digital



Sumber : Halaman Website PT. Berkah Cakap Digital

Gambar diatas menyajikan informasi omset yang di dapatkan dari inovasi dan Kreatifitas tim di PT. Berkah Cakap Digital, ada sekitar Rp. 602.269.492 total Omset dari bulan Februari-Oktober 2024. Namun penjualan yang dialami PT. Berkah Cakap Digital tidak begitu signifikan, seperti pada gambar berikut:

Gambar 15 Diagram Penjualan Produk PT. Berkah Cakap Digital



Sumber : Halaman Website PT. Berkah Cakap Digital

Gambar diatas menunjukkan grafik naik turunnya penjualan produk Digital berbasis AI di PT. Berkah Cakap Digital.

### **B. Kelemahan Produk Digital Berbasis AI Seperti WhatsApp AI dan Telegram AI yang Diluncurkan oleh Cakap Digital**

Analisis SWOT terhadap produk digital berbasis kecerdasan buatan (AI) seperti WhatsApp AI dan Telegram AI yang diluncurkan oleh Cakap Digital menunjukkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang unik dalam penerapannya, khususnya dalam konteks stabilitas layanan pada platform pihak ketiga. Salah satu kekuatan utama produk ini adalah kemampuannya dalam menyediakan fitur-fitur berbasis AI yang memperkaya komunikasi digital pengguna. Namun, kelemahan signifikan muncul dalam penggunaan WhatsApp AI, yang sering menghadapi pemblokiran nomor oleh pihak WhatsApp. Pemblokiran ini disebabkan oleh sistem deteksi spam yang ketat dari WhatsApp, yang berupaya menjaga keamanan platform tetapi mengakibatkan nomor yang digunakan oleh Cakap Digital sering terdeteksi sebagai akun dengan aktivitas mencurigakan. Akibatnya, gangguan layanan terjadi, yang berpengaruh langsung terhadap

pengalaman dan kepuasan pengguna, serta menimbulkan inkonsistensi dalam akses fitur AI yang diberikan.

Telegram AI muncul dari stabilitas yang ditawarkannya, karena platform Telegram memiliki regulasi yang lebih fleksibel dalam mendeteksi aktivitas mencurigakan dibandingkan WhatsApp. Hal ini memungkinkan layanan AI pada Telegram untuk tetap berjalan dengan konsisten tanpa risiko pemutusan akses yang sering, sehingga memberikan kepuasan yang lebih tinggi bagi pengguna. Stabilitas layanan ini menjadi aset penting bagi Cakap Digital dalam mempertahankan kepercayaan pengguna dan loyalitas mereka terhadap produk AI yang ditawarkan.

Ancaman utama terhadap keberlanjutan layanan WhatsApp AI Cakap Digital adalah adanya regulasi ketat dari WhatsApp, yang berpotensi menurunkan citra layanan Cakap Digital apabila pemblokiran terus berlanjut. Selain itu, ketidakstabilan layanan ini dapat mendorong pengguna untuk berpindah ke platform lain yang lebih stabil. Dalam konteks ini, pemanfaatan Telegram sebagai alternatif yang lebih andal menunjukkan adanya kebutuhan bagi Cakap Digital untuk mempertimbangkan diversifikasi platform agar produk AI mereka tetap kompetitif. Dengan mengoptimalkan penggunaan platform yang memiliki tingkat deteksi aktivitas mencurigakan yang lebih fleksibel, seperti Telegram, Cakap Digital dapat memastikan kualitas dan stabilitas layanan, yang pada akhirnya akan memperkuat posisinya di pasar layanan AI.

### **C. Fatwa MUI dan Pasal OJK yang Mendasari Produk Digital dan AI**

Konteks pengembangan produk digital seperti integrasi platform WhatsApp dan Telegram dengan kecerdasan buatan (AI) yang ditawarkan oleh Cakap Digital, Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan regulasi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjadi dasar penting untuk memastikan bahwa inovasi tersebut berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip etika dan syariah Islam. Fatwa MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 mengenai pedoman transaksi syariah melalui sistem elektronik, misalnya, memberikan landasan dalam penggunaan AI dan teknologi digital dengan memperhatikan aspek keterbukaan, keadilan, serta keamanan transaksi yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Integrasi AI dengan platform komunikasi seperti WhatsApp dan Telegram menuntut perlindungan data dan privasi pengguna, yang merupakan salah satu fokus dalam fatwa ini, yakni mencegah adanya penyalahgunaan data pribadi yang dilarang dalam syariah.

Teori ekonomi Islam, prinsip-prinsip seperti *maslahah* (kesejahteraan umum), *amanah* (kepercayaan), dan *hifdzul maal* (perlindungan harta) menjadi dasar etis yang mendasari setiap transaksi dan interaksi digital. Penggunaan AI pada produk-produk Cakap Digital yang melibatkan WhatsApp dan Telegram dalam layanan interaksi dan transaksi keuangan berbasis teknologi juga harus memperhatikan ketentuan ini agar dapat diterima dalam syariah. Teknologi AI, yang berfungsi dalam sistem pelayanan atau otomatisasi komunikasi, harus dirancang untuk memberikan manfaat optimal kepada konsumen (\*maslahah\*) dan menjalankan fungsi transparansi dengan menjamin keamanan data (sesuai dengan \*amanah\*). Hal ini selaras dengan Fatwa MUI Nomor 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Uang Elektronik Syariah yang menekankan perlunya perlindungan

konsumen dalam transaksi digital berbasis syariah, yang juga berlaku dalam pengembangan produk berbasis AI.

Selain fatwa MUI, regulasi dari OJK juga relevan. Misalnya, POJK Nomor 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital (IKD) memberikan panduan tentang perlindungan konsumen dan keamanan data dalam penggunaan teknologi digital, termasuk AI. Dalam hal ini, integrasi platform WhatsApp dan Telegram dengan AI harus memenuhi standar perlindungan data dan privasi sebagaimana diatur oleh OJK. Prinsip-prinsip ini memperkuat etika bisnis dan tata kelola risiko teknologi yang menjadi landasan bagi produk digital agar tetap dalam jalur yang legal, aman, dan sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian, landasan teori dan regulasi dari MUI dan OJK mengukuhkan pentingnya menjaga nilai-nilai keagamaan serta standar keamanan dan keadilan dalam pengembangan dan pemasaran produk digital yang diintegrasikan dengan teknologi AI, sebagaimana yang dilakukan oleh Cakap Digital.

#### **D. Tantangan dalam Kreatifitas dan Keinovasian**

Tantangan dalam Kreatifitas dan keinovasian merupakan isu yang semakin relevan di era digital saat ini. Dalam konteks pengembangan produk digital berbasis AI, seperti WhatsApp AI dan Telegram AI dari Cakap Digital, para pengembang sering kali menghadapi berbagai rintangan yang menghambat proses inovasi. Rintangan ini bisa berupa keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial maupun human capital, yang sering kali menjadi faktor penentu keberhasilan suatu proyek. Selain itu, cepatnya perubahan teknologi dan kebutuhan pasar yang dinamis juga menambah kompleksitas dalam pengembangan produk.

Keterbatasan sumber daya tidak hanya mencakup aspek finansial, tetapi juga kemampuan teknis tim pengembang. Banyak perusahaan, terutama yang masih baru, tidak memiliki akses ke teknologi canggih atau keahlian yang diperlukan untuk mengembangkan solusi AI yang kompetitif. Hal ini menjadi tantangan besar, terutama ketika berhadapan dengan teknologi yang terus berkembang, seperti integrasi Chat GPT 4.0 dan Bing Image Creator ke dalam platform komunikasi seperti WhatsApp dan Telegram. Pengembang perlu memahami dan mengadopsi teknologi ini dengan cepat agar dapat memenuhi ekspektasi pengguna yang semakin tinggi. Data menunjukkan bahwa perusahaan yang tidak dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi berisiko kehilangan pangsa pasar mereka.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan pendekatan yang lebih strategis dan kolaboratif. Salah satu solusi potensial adalah meningkatkan investasi dalam pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi tim pengembang. Dengan memberikan akses kepada tim untuk belajar tentang teknologi terbaru dan metode inovasi, perusahaan dapat menciptakan lingkungan yang lebih kondusif untuk Kreatifitas. Selain itu, membangun kemitraan strategis dengan perusahaan teknologi atau institusi pendidikan dapat memperkuat kapasitas inovasi. Misalnya, kolaborasi dengan universitas dalam penelitian dan pengembangan dapat menghasilkan ide-ide baru yang segar dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Analisis terhadap solusi yang diusulkan menunjukkan bahwa investasi dalam pengembangan sumber daya manusia dapat memberikan hasil jangka panjang yang signifikan. Perusahaan yang berkomitmen untuk mengembangkan keterampilan karyawan mereka cenderung lebih inovatif dan mampu beradaptasi dengan perubahan pasar. Dengan kata lain, peningkatan keterampilan dan pengetahuan tim pengembang tidak hanya meningkatkan kinerja individu, tetapi juga memperkuat posisi perusahaan di pasar yang kompetitif. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk merumuskan strategi yang berfokus pada pengembangan keterampilan dan kolaborasi.

Tantangan dalam Kreativitas dan keinovasian di sektor teknologi digital, terutama dalam pengembangan produk AI, memerlukan perhatian serius dari semua pemangku kepentingan. Menghadapi rintangan yang ada dengan pendekatan yang proaktif dan kolaboratif dapat membuka jalan bagi inovasi yang lebih berkelanjutan. Dengan memprioritaskan pengembangan sumber daya manusia dan membangun kemitraan strategis, perusahaan tidak hanya dapat mengatasi tantangan yang ada, tetapi juga menciptakan produk yang lebih inovatif dan relevan dengan kebutuhan pengguna. Hal ini menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa produk digital berbasis AI seperti WhatsApp AI dan Telegram AI dapat terus bersaing dan memenuhi ekspektasi pasar yang terus berkembang.

#### **4. KESIMPULAN**

Kreativitas dan inovasi memiliki peran penting dalam pengembangan produk digital berbasis kecerdasan buatan (AI) yang semakin mendominasi sektor ekonomi dan teknologi, baik di tingkat global maupun nasional. Kreativitas diartikan sebagai kemampuan menghasilkan ide baru yang melampaui kebiasaan, sedangkan inovasi mengacu pada penerapan ide-ide tersebut untuk menciptakan nilai tambah dalam produk, layanan, atau proses. Penggabungan keduanya membantu organisasi menciptakan solusi yang lebih baik serta memunculkan model bisnis adaptif, terutama di era digital yang berkembang pesat.

Fenomena transformasi digital global mencerminkan pentingnya AI dalam berbagai sektor, seperti industri, keuangan, kesehatan, dan otomotif. Di sektor bisnis, perusahaan besar seperti Google dan Amazon memanfaatkan AI untuk mengoptimalkan bisnis dan meningkatkan pengalaman pengguna. Di Indonesia, produk AI berkembang dengan pesat, meskipun menghadapi tantangan seperti infrastruktur digital yang belum merata dan keterbatasan sumber daya manusia. Beberapa startup teknologi seperti Gojek dan Ruangguru berhasil mengintegrasikan AI untuk meningkatkan layanan; Gojek mengoptimalkan rute pengiriman, sementara Ruangguru menyajikan konten belajar yang dipersonalisasi. Pemerintah Indonesia juga mendukung ekosistem AI melalui kebijakan seperti Rencana Induk Industri Nasional 4.0 dan pembentukan pusat riset AI.

Penelitian ini mengidentifikasi peran kreativitas dalam pengembangan produk digital berbasis AI, dengan fokus pada tantangan dan peluang inovasi. Teori kreativitas yang mendasari penelitian ini, seperti Model Komponen dari Amabile, menunjukkan bahwa kreativitas melibatkan keahlian, keterampilan berpikir kreatif, dan motivasi intrinsik yang sangat relevan dalam pengembangan teknologi AI. Teori lain, seperti Teori Sistem dari Csikszentmihalyi, juga menekankan pentingnya kolaborasi lintas disiplin ilmu dalam menghasilkan solusi teknologi berbasis AI yang inovatif.

Produk digital berbasis AI seperti WhatsApp AI dan Telegram AI dari Cakap Digital menawarkan pengalaman komunikasi yang diperkaya dengan teknologi AI. Fitur-fitur seperti Chat GPT 4.0 untuk komunikasi teks, Bing Image Creator untuk menghasilkan konten visual, serta kemampuan voiceover memberikan nilai tambah bagi pengguna, terutama untuk kebutuhan pembuatan konten. WhatsApp AI menghadapi tantangan pemblokiran dari pihak WhatsApp karena sistem deteksi spam yang ketat, sementara Telegram AI lebih stabil berkat regulasi yang lebih fleksibel. Namun, tantangan seperti ini tidak menghentikan pengguna, yang menunjukkan minat besar terhadap produk AI yang dapat meningkatkan produktivitas mereka sehari-hari.

Selain menghadirkan solusi inovatif, produk ini juga memberikan tantangan baru dalam hal privasi dan keamanan data. Penggunaan AI di platform populer mengharuskan Cakap Digital mematuhi regulasi dari MUI dan OJK, yang memastikan perlindungan data dan prinsip syariah terpenuhi. Fatwa MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 dan POJK Nomor 13/POJK.02/2018 menjadi pedoman penting bagi produk AI, terutama yang melibatkan transaksi keuangan dan penggunaan data pribadi. Hal ini mendukung integritas serta kepercayaan pengguna dalam berinteraksi dengan produk digital berbasis AI.

Hasil observasi menunjukkan bahwa produk digital seperti WhatsApp AI dan Telegram AI berhasil mempertemukan kebutuhan pengguna dengan teknologi AI yang lebih praktis dan solutif. Fitur-fitur seperti rekomendasi berbasis AI, pembuatan konten visual, dan solusi otomatisasi membantu pengguna dalam aktivitas sehari-hari, seperti pembelajaran dan penyelesaian masalah. Cakap Digital mampu beradaptasi dengan umpan balik pengguna dan secara aktif meningkatkan produk sesuai kebutuhan. Kreativitas dalam pengembangan produk menjadi kunci penerimaan yang baik dari pengguna, di mana 70% responden survei merasa pengalaman mereka meningkat dengan adanya integrasi AI pada platform yang sudah akrab.

Analisis SWOT terhadap produk ini menyoroti bahwa meskipun AI menawarkan fitur canggih, ada risiko teknis dalam implementasinya. Pengguna WhatsApp AI terkadang menghadapi pemblokiran karena algoritma deteksi spam, sementara Telegram AI lebih stabil namun tetap memerlukan pengelolaan risiko dan perlindungan privasi yang optimal. Stabilitas layanan ini menjadi aset bagi Cakap Digital, yang tetap bertujuan untuk memperluas jangkauan layanan AI. Tantangan utama lainnya adalah adaptasi cepat terhadap teknologi baru dan peningkatan keterampilan pengembang, yang dapat dilakukan melalui pelatihan dan kemitraan strategis.

Secara keseluruhan, pengembangan produk berbasis AI seperti WhatsApp AI dan Telegram AI dari Cakap Digital menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi tidak hanya menghasilkan solusi praktis, tetapi juga membentuk masa depan komunikasi digital yang lebih interaktif dan responsif. Di tengah tantangan teknologi dan regulasi, kolaborasi yang kuat antara pihak pemerintah, industri, dan masyarakat akan memperkuat ekosistem AI di Indonesia.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- C. Mandl. "Penyebaran Inovasi: Titik Balik yang Sangat Dicari." *Mengelola Kompleksitas dalam Sistem Sosial* (2019). [https://doi.org/10.1007/978-3-030-01645-6\\_17](https://doi.org/10.1007/978-3-030-01645-6_17) .
- C. Maple, L. Szpruch, G. Epiphaniou, Kalina S. Staykova, Simran Singh, William Penwarden, Yisi Wen, Zijian Wang, Jagdish Hariharan, dan Pavle Avramović. "Revolusi AI: Peluang dan Tantangan bagi Sektor Keuangan." *ArXiv* , abs/2308.16538 (2023). <https://doi.org/10.48550/arXiv.2308.16538> .

- Çağrı Bulut, Tugberk Kaya, A. Mehta, dan R. Danish. "Menghubungkan kreativitas inkremental dan radikal dengan inovasi produk dan proses dengan pengetahuan organisasi." *Jurnal Manajemen Teknologi Manufaktur* (2022). <https://doi.org/10.1108/jmtm-01-2021-0037> .
- Chetan Walia. "Kerangka Terpadu untuk Memahami Kreativitas." *Kreativitas dan Strategi* (2021). [https://doi.org/10.1007/978-3-030-70466-7\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-030-70466-7_1) .
- Dr Paul Atkinson dan Dr Richie Barker. "AI dan konstruksi sosial kreativitas." *Convergence* , 29 (2023): 1054 - 1069. <https://doi.org/10.1177/13548565231187730> .
- G. Lanzolla, Danilo Pesce, dan Christopher L. Tucci. "Transformasi Digital Pencarian dan Rekombinasi dalam Fungsi Inovasi: Ketegangan dan Kerangka Kerja Integratif\*." *Jurnal Manajemen Inovasi Produk* (2020). <https://doi.org/10.1111/jpim.12546> .
- Ho-Chang Chae, C. Koh dan Quynh Nguyen. "Kreativitas Individu dan Penerimaan Teknologi Informasi yang Berkembang." *Jurnal Sistem Informasi Komputer* , 63 (2023): 1460 - 1476. <https://doi.org/10.1080/08874417.2023.2169847> .
- K. Grajzel, Selcuk Acar, Denis G. Dumas, Peter Organisciak, dan K. Berthiaume. "Mengukur fleksibilitas: Pendekatan penggalan teks." *Frontiers in Psychology* , 13 (2023). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1093343> .
- M. Castillo-Vergara dan Domingo García-Pérez-de-Lema. "Inovasi dan kinerja produk di UKM: peran proses kreatif dan pengambilan risiko." *Inovasi* , 23 (2020): 470 - 488. <https://doi.org/10.1080/14479338.2020.1811097> .
- M. Klein dan M. Szychalska-Wojtkiewicz. "Kemitraan Lintas Sektor untuk Inovasi dan Pertumbuhan: Dapatkah Industri Kreatif Mendukung Inovasi Sektor Tradisional?" *Keberlanjutan* (2020). <https://doi.org/10.3390/su122310122> .
- MF Anshari dan M. Almunawar. "Mengadopsi inovasi terbuka untuk UKM dan revolusi industri 4.0." *Jurnal Manajemen Kebijakan Sains dan Teknologi* (2021). <https://doi.org/10.1108/jstpm-03-2020-0061> .
- MS Rao. "Prinsip, Filsafat, dan Praktik Peter Drucker." *Jurnal Kepemimpinan Berbasis Nilai* (2021). <https://doi.org/10.22543/0733.142.1375> .
- Nik Zulkarnaen Khidzir, Khairul Azhar Mat Daud, dan Hidayat Hamid. "Mempercepat Kewirausahaan Teknologi Kreatif Melalui Desain Inovatif dan Integrasi Teknologi." *KnE Ilmu Sosial* (2023). <https://doi.org/10.18502/kss.v8i15.13902> .
- Nunik Layyina, Rudiana Agustini and Sifak Indana. "EFEKTIFITAS PERANGKAT PEMBELAJARAN IPA BERORIENTASI MODEL INKUIRI UNTUK MELATIHKAN KETERAMPILAN BERPIKIR KREATIF SISWA." *JPPS (Jurnal Penelitian Pendidikan Sains)* (2021). <https://doi.org/10.26740/JPPS.V10N2.P2005-2015>.
- R. Deepa, S. Arunkumar, V. Jayaraj, dan A. Sivasamy. "Batas Baru Layanan Kesehatan: Deteksi Kanker Dini Berbasis AI untuk Meningkatkan Kesejahteraan." *AIP Advances* (2023). <https://doi.org/10.1063/5.0177640> .

- R. Jung dan Danita Hunter. "Seruan untuk Penelitian yang Lebih Imajinatif dalam Pencapaian Kreatif." *Jurnal Penelitian Kreativitas* , 35 (2022): 354 - 368. <https://doi.org/10.1080/10400419.2022.2143094> .
- R. Romanowski. "Pembangunan berkelanjutan: Inovasi dalam bisnis."(2021). <https://doi.org/10.18559/978-83-8211-084-5> .
- S. Steven, L. Wan dan Wu Jingfei. "Teori Inovasi Disruptif Christensen: Asal dan Perkembangannya.", 42 (2020): 125-138. <https://doi.org/10.16538/J.CNKI.FEM.20200907.101> .
- Y. Yusriadi, Rusnaedi Rusnaedi, N. Siregar, Suci Megawati dan Geminastiti Sakkir. "Implementasi kecerdasan buatan di Indonesia." *Jurnal Internasional Ilmu Data dan Jaringan* (2023). <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.10.005> .