

# Mengintip Kecanggihan Raksasa Teknologi Alibaba

## Membangun Toko Offline

03/09/2018, 07:59 WIB | Editor: Mohamad Nur Asikin



Ilustrasi toko offline yang dikembangkan Raksasa Teknologi Alibaba (Pixabay.com)

**JawaPos.com** - Perusahaan e-commerce raksasa asal Tiongkok, Alibaba memperluas toko ritel offline barunya, Hema, di seluruh Tiongkok. Setahun terakhir, perusahaan milik konglomerat Jack Ma ini telah mengembangkan 65 toko offline. Meski bergeser dari akar bisnis teknologi Alibaba, toko ritel tersebut memiliki inovasi paling mutakhir.

"Alibaba memiliki strategi yang sangat ambisius dari konvergensi ritel online dan offline," kata Gil Luria, Direktur riset kelembagaan di perusahaan jasa keuangan D.A. Davidson & Co dilansir JawaPos.com dari CNBC, Senin (3/9).

Pelanggan menggunakan aplikasi seluler Hema, menggunakannya untuk memindai barcode di seluruh toko untuk mencari tahu hal-hal seperti informasi produk dan ide resep.



Konglomerat pemilik Alibaba Jack Ma (Dok. Jawa Pos)

Luria mengatakan Alibaba tahu semua yang dibeli pelanggan, jadi ia menawarkan kepada pengguna opsi di masa depan untuk memesan barang yang sama dengan cepat untuk dikirimkan ke rumah mereka.

"Jika Anda berpikir tentang apa yang ingin dilakukan Amazon dengan Whole Foods, Anda hanya perlu pergi ke Hema dan Anda mendapatkan pratinjau tentang itu," lanjutnya.

Toko-toko itu berfungsi ganda sebagai pusat distribusi, di mana karyawan juga ditugaskan berkeliling untuk mengisi dengan pesanan online, lalu menempatkannya di belanja ke pusat pengiriman.

"Biasanya, pelanggan dalam radius tiga kilometer dapat menerima belanjaan mereka dalam 30 menit," kata perusahaan itu.

Bagi Alibaba, yang terpenting adalah membuat pelanggan offline menjadi nyaman memesan online. Selanjutnya, pelanggan membayar melalui akun mereka di Taobao atau Alipay, platform pembayaran online dari Alibaba yang terafiliasi dengan Ant Financial.

"Pilih di toko Hema, pelanggan bahkan dapat membayar dengan memindai wajah mereka di kios," seperti diberitakan CNBC.

Alibaba baru-baru ini juga memperkenalkan restoran terbarunya yang terhubung dengan toko Hema di Shanghai. Di dalam resto, pelanggan dapat menggunakan ponsel untuk memindai kode QR di mereka dan memesan mulai dari menu hingga pembayaran menggunakan aplikasi Hema. Dari sana, sebagian besar hidangan, kecuali sup besar yang membutuhkan server manusia, dikirim ke meja oleh perangkat robot.

"Dengan teknologi seperti Alibaba, saya tidak akan terkejut sama sekali jika mereka melakukan pengenalan wajah, pelacakan, menggunakan geo-lokasi, mencoba memaksa pembeli untuk membeli lebih banyak dengan memberikan apa yang mereka lihat sebagai pengalaman pelanggan yang lebih baik," kata Luria.

Alibaba telah agresif memperluas teknologi pengenalan wajah akhir-akhir ini. Awal tahun ini, Alibaba menjadi lead dalam pendanaan senilai USD600 juta untuk SenseTime, sebuah perusahaan perangkat lunak Hong Kong yang mengkhususkan diri dalam pengenalan wajah untuk pemerintah dan perusahaan di China. Sementara itu, tahun lalu, Alibaba bermitra dengan KFC untuk menawarkan opsi bagi pelanggan untuk membayar dengan wajah mereka.

"Mereka bertaruh secara signifikan pada offline dan strategi ritel baru," kata Luria.

"Harga saham mungkin akan jauh lebih tinggi sekarang jika mereka tetap online, tetapi mereka menempatkan banyak keuntungan mereka dalam mengeksekusi strategi online-ke-offline ini," pungkasnya.

**(uji/JPC)**