**1. Bagaimana Anda mendefinisikan kata 'metaverse', dan apa perbedaannya dibandingkan dengan kata lain seperti 'universum'?**

* Metaverse: Dunia virtual digital yang imersif untuk interaksi dan pembuatan konten real-time.
* Universe: Dimensi fisik, nyata.
* Perbedaan: Metaverse sepenuhnya digital, bersifat berbagi, dan diciptakan oleh pengguna.

**2. Menurut pandangan Anda, mengapa orang tertarik untuk menjelajahi metaverse?**

* Kemudahan dalam hal interaksi dengan orang lah.
* Bisa jadi dalam bisnis, atau social engagement dengan teman.
* Metaverse ini dapat mengurangi concern jarak.
* Metaverse bisa juga buat avatar, jadi engagement gak sekedar mudah tapi lebih personal.

**3. Peluang bisnis apa yang dapat ditawarkan metaverse, dan bisakah Anda berbagi lebih lanjut tentang hal itu?**

* Peluang bisnis banyak, salah satunya di marketing.
* Karena marketing dekat dengan industri kreatif, yang kemungkinannya gak ada batas untuk melakukan edukasi pasar ke para calon customer.

**4. Apa pendapat Anda dan pendapat perusahaan Anda tentang metaverse?**

* CIMB cukup intens untuk bergerak kearah metaverse. Karena dalam industri bank sendiri, kedekatan dengan customer itu salah satu hal yang sangat krusial. Karena produk CIMB dan bank pada umumnya berkaitan dengan kondisi financial customer yang sensitif.

**5. Perusahaan Anda fokus pada (contohnya, produk perawatan rumah); menurut Anda, mengapa Metaverse menarik untuk diadopsi?**

* Menarik karena penawaran produk bisa lebih personal.

**6. Fokus apa yang saat ini dipegang oleh perusahaan Anda? Apakah ada target jangka pendek/panjang? Apakah Anda hanya melanjutkan bisnis saat ini atau menjelajahi proyek-proyek dan peluang baru?**

* Fokus saat ini: Paralel push untuk perbankan traditional dan digital.
* Target jangka panjang potensial: Integrasi metaverse.
* Contohnya CIMB ada banyak projek-projek yang menggunakan Data Science atau AI.

**7. Apakah ada batasan dalam membangun perusahaan metaverse, misalnya biaya tinggi, investor, pesaing, keunikan, sumber daya manusia?**

* Hambatan dalam perbankan lebih ke Data Security, dan koordinasi dengan OJK. Karena data nya personal dan sensitif, sedangkan kita tau bahwa akhir-akhir ini Indonesia banyak kena kebocoran data, yang pastinya menimbulkan concern.

**8. Upaya apa yang dilakukan perusahaan Anda untuk memperluas pengetahuan metaverse guna meningkatkan akuisisi?**

* Sudah banyak training terkait digital banking dan integrasi AI.
* Secara infrastruktur juga sudah gencar nih buat support hal itu, termasuk dalam environment pengolahan data dan customer engagement.

**9. Apa yang diharapkan jika perusahaan Anda mengadopsi Metaverse untuk pertumbuhan bisnis?**

* Meningkatnya keterlibatan dan kepuasan pelanggan (Engagement)**.**

**10. Produk/jasa apa yang akan paling terdampak (oleh metaverse) dalam sektor PERBANKAN?**

* Yang terkakit digital banking ya, seperti Forex atau Danareksa.

**11. Apa yang telah dilakukan perusahaan-perusahaan PERBANKAN untuk mengejar metaverse (khususnya perusahaan PERBANKAN Anda)?**

* Sudah banyak melakukan training dan support infrastruktur.

**12. Apakah menurut Anda pendekatan yang baik untuk merangkul metaverse dalam kondisi saat ini?**

* Edukasi customer, untuk membiasakan ke digital banking.

**13. Apakah konsep metaverse tampaknya meningkatkan transaksi PERBANKAN atau sistem keterlibatan merek?**

* Metaverse dapat meningkatkan kedua aspek transaksional dan keterlibatan merek.
* Peluang untuk pengalaman pelanggan yang imersif.
* Potensi layanan keuangan inovatif.

**14. Seberapa besar dampak metaverse dalam memasuki bidang PERBANKAN?**

* Potensial mengubah perbankan secara signifikan.
* Menawarkan saluran baru untuk interaksi pelanggan.
* Dapat dengan secara efektif berkomunikasi dengan customer, tanpa mengurangi interaksi personil.

**15. Jika positif, di bagian mana (misalnya, pengalaman konsumen yang menarik, efektivitas pembelian, penguatan hubungan konsumen, ikatan multidimensional, efektivitas membangun merek)?**

* Peningkatan pengalaman konsumen, hubungan yang lebih kuat.
* Potensi pemasaran dan penjualan yang lebih efektif.

**17. Estimasi Anda, berapa banyak pekerjaan yang dapat diciptakan oleh metaverse?**

* Akan sejalan dengan kebutuhan karyawan yang melek digital seperti pada posisi Data Analyst, Data Science, dsb.

**18. Menurut pendapat Anda, seberapa pentingnya berinvestasi dalam metaverse di industri PERBANKAN?**

* Kritis untuk tetap kompetitif di era digital.
* Peluang untuk memimpin dalam pengalaman digital yang inovatif.

**19. Berapa persentase dana pengembangan teknologi perusahaan Anda yang digunakan untuk mengembangkan metaverse?**

* Memang secara umum CIMB sangat mendorong untuk migrasi ke digital banking, khususnya di tim kami yaitu Data Science, dan tim Bisnis.

**20. Apakah ada kemungkinan perusahaan Anda akan mengembangkan Metaverse untuk produk PERBANKAN dalam lima tahun mendatang? Dan berapa persentase yang akan diinvestasikan perusahaan Anda dalam Metaverse?**

* Rencana CIMB Bank belum dijelaskan. Tapi saat ini pun sudah banyak platform pendukung untuk karyawan dan customer, yang melalui virtual reality. Seperti untuk training, maupun engagement dengan customer. Salah satu platform untuk customer adalah CIMB Digital Lounge.

**21. Berapa tahun (minimum, maksimum, apakah semua sektor sama) menurut Anda akan diperlukan agar metaverse dapat digunakan sebaik media sosial (dapat digunakan dan dinikmati dengan baik oleh konsumen dari segala usia)? Dan mengapa?**

* Estimasi 5-10 tahun berdasarkan adopsi teknologi dan pengembangan konten.
* Kemudahan penggunaan dan kedewasaan konten adalah faktor utama.
* Berbeda berdasarkan sektor dan kesiapan pasar.

**22. Menurut pengetahuan Anda, seberapa siap infrastruktur di Indonesia dalam mendukung metaverse?**

* Kesiapan infrastruktur bervariasi menurut wilayah dan sektor.
* Pertimbangan termasuk pengetahuan pengguna, keamanan data, perangkat, dan jaringan internet.
* Permintaan meningkat, memerlukan perencanaan dan investasi strategis.

**23. Seberapa pentingnya bagi perusahaan di Indonesia untuk merangkul teknologi metaverse?**

* Kritis untuk tetap kompetitif dan memenuhi harapan pelanggan yang berkembang.
* Peluang memimpin dalam pengalaman digital yang inovatif.
* Meningkatkan relevansi merek di era digital.

**24. Menurut pendapat Anda, siapa yang akan menjadi pemain utama penyedia layanan metaverse di Indonesia?**

* Potensi pemain utama: Telkom Metaverse, Indosat Ooredoo.
* Produk dan layanan dapat bervariasi, termasuk acara virtual dan aset digital.
* Persaingan di pasar metaverse Indonesia diperkirakan akan semakin intensif.

**25. Pengalaman Pribadi: Apakah Anda pernah menghadiri acara terkait metaverse? Apakah ada pandangan yang berbeda tentang metaverse dalam konteks antara pengetahuan/pengalaman profesional Anda dan pengalaman pribadi Anda?**

* Pengalaman mengikuti training digital banking di CIMB.
* Sejauh ini sudah kearah yang sama, tapi saya yakin ilmu mengenai Metaverse belum 100% diresap oleh Indonesia.