

Rancangan Toko Online E-commerce: "NusaKopi"

Nama Toko: NusaKopi

Tagline: Rasa Asli Nusantara, Langsung ke Rumah Anda.

Target Audiens: Penikmat kopi pemula hingga antusias (hobbyist), usia 25-45 tahun, melek digital, menghargai kualitas dan cerita di balik produk.

1. Platform E-commerce

Kita akan menggunakan strategi *omnichannel* yang terintegrasi:

- Website Utama (Toko D2C):** Dibangun menggunakan **Shopify** atau **WooCommerce (WordPress)**.
 - Alasan:** Kontrol penuh atas *branding*, pengalaman pelanggan (UX), data pelanggan, dan program loyalitas. Ini adalah "rumah" utama *brand* kita dan terintegrasi penuh dengan sistem SCM/WMS.
- Marketplace (Channel Pendukung):** Tokopedia dan Shopee.
 - Alasan:** Menjangkau pasar yang lebih luas dan "menjemput bola" pelanggan yang sudah nyaman berbelanja di platform tersebut.

2. Desain Visual & Branding

- Palet Warna:** *Earthy tone* yang hangat dan premium.
 - Primer:** Cokelat tua (#3E2713 - Kopi)
 - Sekunder:** Hijau zaitun (#556B2F - Daun Kopi)
 - Aksen:** Oranye Tembaga (#B87333 - Mesin Sangrai)
 - Netral:** Putih gading (#F5F5DC - Kertas) dan Hitam/Abu-abu tua untuk teks.
- Tipografi (Font):**
 - Judul:** *Serif* yang elegan (Contoh: Playfair Display) untuk memberi kesan *specialty* dan premium.

- **Body Text:** *Sans-serif* yang bersih (Contoh: Montserrat atau Lato) agar mudah dibaca di layar mana pun.
- **Fotografi:** Wajib profesional. Menampilkan tekstur biji kopi, uap panas pada cangkir, dan kemasan produk yang estetik. Selingi dengan foto *lifestyle* proses menyeduh.

3. Struktur & Tata Letak Halaman Utama (Homepage)

Ini adalah etalase utama kita. Strukturnya harus jelas dan memandu pengguna.

1. **Header:** Logo | Menu Navigasi | Ikon Pencarian | Ikon Akun | Ikon Keranjang Belanja.
2. **Menu Navigasi:** Toko | Langganan (Subscription) | Tentang Kami (Petani Kami) | Blog (Jurnal Kopi) | Bantuan.
3. **Hero Section (Banner Utama):** Gambar *visual* resolusi tinggi (misal: biji kopi yang baru disangrai).
 - *Headline:* "Kesegaran Kopi Nusantara, Disangrai Sesuai Pesanan Anda."
 - *Call-to-Action (CTA):* Tombol "Beli Kopi Sekarang".
4. **Kategori Unggulan (Visual):**
 - [Gambar] Biji Kopi (Beans)
 - [Gambar] Kopi Bubuk (Ground)
 - [Gambar] Kopi Drip Bag (Praktis)
 - [Gambar] Alat Seduh (Merchandise)
5. **Produk Terlaris (Best Sellers):** Tampilkan 4-5 produk paling laku dengan tombol "Beli Cepat".
6. **"Mengapa NusaKopi?" (Value Proposition):**
 - Ikon "Petani": *Directly Sourced* (Langsung dari Petani).
 - Ikon "Api": *Freshly Roasted* (Disangrai Segar Sesuai Pesanan).
 - Ikon "Truk": *Nationwide Shipping* (Kirim ke Seluruh Indonesia).
7. **Testimoni Pelanggan:** Kutipan dan rating dari pelanggan (bukti sosial).

8. **Artikel Blog Terbaru:** Menampilkan 2-3 artikel (edukasi cara seduh, cerita petani) untuk *content marketing*.
9. **Footer:** Peta Situs, Info Kontak (WA, Email), Kebijakan Retur & Privasi, Ikon Media Sosial (Instagram, TikTok).

4. Halaman Produk (Product Page)

Ini adalah halaman di mana konversi (penjualan) terjadi. Harus sangat informatif.

- **Galeri Gambar:** Foto produk dari berbagai sudut, *close-up* biji kopi, info *tasting notes* dalam bentuk grafis, dan foto kemasan.
- **Judul Produk:** Jelas (Misal: "Kopi Arabika Gayo Pantan Musara 200gr").
- **Harga & Rating:** Jelas terlihat.
- **Pilihan Varian (Sangat Penting!):**
 - **Ukuran:** 200gr | 500gr | 1kg.
 - **Tipe Gilingan:** Biji Utuh | Giling Kasar (French Press) | Giling Sedang (V60/Aeropress) | Giling Halus (Espresso/Tubruk).
- **Tombol CTA:** "TAMBAH KE KERANJANG" (warna primer) dan "Beli Sekarang" (warna sekunder).
- **Deskripsi Produk (Tabs):**
 - **Deskripsi:** Cerita singkat tentang kopi tersebut.
 - **Profil Rasa:** *Tasting Notes* (Misal: Fruity, Nutty, Chocolatey), *Acidity*, *Body*.
 - **Detail Kopi:** Asal (Origin), Petani/Koperasi, Ketinggian (MASL), Proses Pasca-panen (Washed, Natural, Honey).
 - **Saran Seduh:** Rekomendasi metode seduh yang cocok.
- **Produk Rekomendasi:** "Anda Mungkin Juga Suka..."

5. Fitur Utama & Fungsionalitas

1. **Model Langganan (Subscription):** Fitur *penting* untuk produk kopi. Pelanggan bisa memilih untuk dikirimkan kopi favorit mereka secara otomatis setiap 2 minggu atau 1 bulan (mendapat diskon khusus). Ini sangat baik untuk *cash flow* dan *forecasting* SCM.

2. **Kuis Kopi:** Fitur interaktif "Temukan Kopimu!" bagi pelanggan baru. (Pertanyaan: "Suka kopi pahit atau asam?" "Punya alat seduh apa?"). Hasilnya akan merekomendasikan produk yang paling cocok.
 3. **Pelacakan Pesanan Real-time:** Integrasi penuh dengan sistem logistik 3PL (sesuai rencana SCM) agar pelanggan bisa melacak paket langsung dari website.
 4. **Program Loyalitas (Poin):** Setiap pembelian, ulasan produk, atau *referral* akan mendapatkan poin yang bisa ditukar dengan diskon atau *merchandise*.
-