

Nama : Alia Yuri Agusthin

NPM : 2313025028

Kelas : PTI 2023 B

UAS E-COMMERCE

1. Membangun sebuah online shop yang sukses memerlukan lebih dari sekedar Platform e-commerce yang fungsional. Jelaskan langkah-langkah dalam merancang dan membangun website e-commerce yang tidak hanya Menarik secara visual, tetapi juga Menawarkan Pengalaman Pengguna yang optimal, keamanan transaksi yang tinggi, serta kemampuan skalabilitas yang baik. Jelaskan pula Pentingnya Integrasi antara sistem backend seperti ERP atau CRM dengan Platform e-commerce untuk mendukung Pengelolaan Inventaris, Pemrosesan Pesanan, dan analisis data Pelanggan secara real-time. Jelaskan bagaimana elemen-elemen ini dapat berkontribusi pada Peningkatan Kepuasan Pelanggan dan konversi Penjualan.

Jawaban:

Membangun website e-commerce yang sukses tidak cukup hanya membuat toko online yang bisa saja yang bisa dipakai. Website harus nyaman digunakan, aman, dan mampu berkembang.

Langkah Pentingnya yaitu:

1. Menentukan kebutuhan dan tujuan (target pembeli, jenis produk, fitur belanja dan pembayaran)
2. Membuat desain UI/UX yang menarik dan mudah digunakan (navigasi jelas, foto produk bagus, checkout cepat, responsif di hp)
3. Membangun fitur utama toko online (Manajemen stok, pembayaran otomatis, Pelacak pengiriman, dashboard admin, Review Pelanggan)
4. Mengamankan Pelanggan (SSL, Payment gateway resmi, Proteksi data)
5. Menyiapkan kemampuan berkembang (hosting kuat, Mampu menangani banyak pengunjung)

Integrasi ERP dan CRM sangat penting dalam sistem e-commerce. ERP membantu Mengatur stok barang, Memproses Pesanan, Membuat laporan Penjualan, dan Mengelola keuangan secara otomatis. dengan ERP, kesalahan manusia dapat dikurangi dan Proses bisnis menjadi lebih cepat serta rapi. Sementara itu, CRM berfungsi Menyimpan data Pelanggan, riwayat belanja, dan preferensi mereka. Sehingga toko dapat Memberikan Pelayanan yang lebih personal, seperti rekomendasi Produk dan Promo yang sesuai kebutuhan Pelanggan. Dengan Integrasi kedua sistem ini, Pesanan dapat diproses lebih cepat, Informasi Stok selalu akurat, pengiriman lebih tepat waktu, dan komunikasi dengan Pelanggan menjadi lebih efektif. semua elemen tersebut Meningkatkan kenyamanan belanja dan rasa aman Pembeli. pada akhirnya, Kepuasan Pelanggan Meningkat, Kepercayaan terhadap toko menjadi lebih kuat, dan peluang Penjualan, konversi, serta repeat order akan bertambah besar.

2. Dalam konteks digital transformation, bisnis tradisional dihadapkan pada tantangan besar dalam beradaptasi dengan perkembangan pesat teknologi digital. Jelaskan bagaimana konsep bisnis digital dapat mengubah model bisnis tradisional menjadi lebih efisien, skalabel, dan berbasis data. Jelaskan dengan contoh nyata penerapan teknologi terkini, seperti AI dan IoT yang mendukung efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan dalam ekosistem e-commerce. Analisis pula bagaimana model bisnis berbasis langganan atau SaaS dapat diintegrasikan dalam platform e-commerce untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dan konsumen.

Jawaban:

Dalam zaman digital saat ini, bisnis konvensional harus bertransformasi agar menjadi lebih efektif, mudah berkembang dan berbasis data. Melalui bisnis daring, perusahaan dapat memuluskan operasional secara langsung, menganalisis pola perilaku pelanggan, serta mengambil keputusan dengan lebih cepat. Sehingga proses menjadi lebih ekonomis dan memperbesar skala bisnis dapat dilakukan dengan lebih mudah. Transformasi digital juga memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan strategi pemasaran, meningkatkan pengalaman pelanggan, serta mengoptimalkan manajemen stok dan pengiriman secara real-time.

Contoh teknologi dalam e-commerce:

AI (kecerdasan buatan): Seperti menawarkan saran produk, layanan pelanggan melalui chatbot, serta memprediksi permintaan barang, IoT (Internet of Things): secara otomatis mengawasi persediaan, melacak pengiriman, dan memastikan produk tersedia.

Selain itu, model berlangganan atau SaaS dapat diterapkan menambah nilai bagi perusahaan dan pelanggan. Pelanggan membayar rutin untuk akses layanan premium atau paket produk tertentu, sehingga perusahaan mendapatkan pendapatan berulang, lebih mudah memprediksi cash flow, dan dapat membangun loyalitas pelanggan. Dengan memadukan digitalisasi, AI/ML, serta langganan/SaaS, bisnis konvensional tidak hanya dapat beroperasi lebih efisien, tetapi juga meningkatkan pengalaman pelanggan, memperkuat pasar, dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan perusahaan secara signifikan. Transformasi ini membuat bisnis lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan siap menghadapi persaingan di era digital.

3. Affiliate Marketing merupakan model pemasaran yang populer di dunia digital. Jelaskan langkah-langkah yang perlu diambil oleh perusahaan untuk merancang dan mengelola program affiliate marketing yang sukses, termasuk pemilihan afiliasi, struktur komisi, dan pengawasan kualitas produk yang dipromosikan. Selain itu, analisis potensi risiko pemilihan, konflik kepentingan, dan penurunan reputasi merek dalam affiliate marketing, serta bagaimana perusahaan dapat mengatasi risiko-risiko ini dengan kebijakan dan mekanisme pengawasan yang ketat.

Jawaban:

Affiliate Marketing merupakan model pemasaran dimana perusahaan membayar pihak ketiga untuk

Mempromosikan produk atau layanan. Agar program affiliate marketing sukses, perusahaan perlu mengikuti beberapa langkah berikut:

Langkah-langkah Merancang dan Mengelola Program

1. Pemilihan afiliasi: Pilih mitra yang relevan dengan produk dan memiliki audiens sesuai target pasar.
2. Struktur komisi: Tentukan sistem komisi yang jelas dan adil, misalnya per penjualan, lead atau klik.
3. Pengawasan kualitas promosi: Pastikan afiliasi mempromosikan produk dengan benar, akurat, dan sesuai standar perusahaan.

4. Monitoring Performa: Menggunakan sistem tracking untuk memantau efektivitas promosi afiliasi.

5. Dukungan untuk afiliasi: Berikan materi promosi dan panduan agar afiliasi dapat mempromosikan produk secara optimal.

Affiliate Marketing memiliki potensi risiko seperti penipuan, misalnya klik palsu atau manipulasi data untuk mendapatkan komisi, konflik kepentingan ketika afiliasi juga mempromosikan produk pesaing, serta penurunan reputasi merek akibat promosi yang tidak sesuai standar atau menyesatkan pelanggan. Risiko-risiko ini dapat merugikan perusahaan secara finansial sekaligus menurunkan kepercayaan konsumen.

Untuk mengatasi hal tersebut, perusahaan dapat membuat kebijakan dan kontrak yang jelas yang mengatur hak, kewajiban, dan batasan afiliasi. Selain itu, perusahaan perlu memantau aktivitas afiliasi secara rutin dengan sistem tracking yang akurat, melakukan evaluasi kualitas produksi dan konten, serta menghentikan kerja sama dengan afiliasi yang melanggar aturan atau merugikan reputasi merek. Perusahaan juga bisa memberikan panduan dan pelatihan promosi agar afiliasi memahami standar yang diharapkan. Dengan langkah-langkah ini, program affiliate marketing dapat berjalan efektif, meningkatkan penjualan, sekaligus tetap menjaga reputasi dan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

4. Sosial Media Marketing telah menjadi salah satu komponen utama dalam strategi pemasaran digital. Jelaskan bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan analitik sosial media untuk memahami perilaku konsumen, menyesuaikan strategi pemasaran, dan mengukur efektivitas kampanye. Analisis juga bagaimana perubahan algoritma platform sosial media memengaruhi jangkauan dan keterlibatan konten, serta bagaimana perusahaan dapat beradaptasi dengan perubahan ini untuk tetap relevan. Sertakan juga tantangan dalam mengelola reputasi merek di platform sosial media dan bagaimana cara perusahaan mengatasi krisis reputasi.

Jawaban:

Sosial Media Marketing merupakan elemen krusial dalam strategi pemasaran digital karena memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan. Melalui analisis sosial media, perusahaan dapat memahami perilaku konsumen, seperti jenis konten yang mereka sukai, waktu terbaik untuk memposting, dan karakteristik audiens. Data ini membantu dalam mengoptimalkan strategi pemasaran supaya lebih tepat sasaran serta memantau

efektivitas kampanye dengan menggunakan Metrik seperti Jumlah like, share, komentar, klik atau konversi penjualan.

Perubahan algoritma pada Platform sosial media dapat memengaruhi luas jangkauan dan interaksi konten. Contohnya, Postingan organik mungkin kurang lebih sedikit diberanda pengguna setelah adanya pembaruan algoritma. Agar tetap relevan, Perusahaan harus beradaptasi dengan cara membuat konten yang berkualitas, memanfaatkan fitur terbaru, mengombinasikan konten organik dengan iklan berbayar, serta menyesuaikan strategi berdasarkan pada analisis terbaru. Disamping itu, Pengelolaan reputasi merek menjadi tantangan, sebab komentar negatif atau isu yang viral bisa menyebar dengan sangat cepat. Perusahaan perlu memantau diskusi, merespon keluhan dengan cepat dan profesional, serta memiliki rencana krisis yang jelas untuk mengatasi masalah dengan cara yang transparan. Dengan pendekatan ini, Perusahaan dapat melindungi reputasi, membangun kepercayaan konsumen, dan memastikan pemasaran di sosial media tetap efektif dan relevan.