

Nama : Dewati Anjasmita Hendiyanto

NPM : 233025002

Kelas : PTI 2023 B

Mata Kuliah : E-Commerce

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.

Jawab :

Berikut langkah langkah dalam merancang dan membangun website E-commerce:

1. Analisis kebutuhan dan Perencanaan Bisnis

Menentukan pasar tujuan, produk yang ditawarkan, strategi promosi, serta fitur penting yang dibutuhkan. Tahap ini menjadi dasar dalam pembuatan website agar sesuai dengan tujuan bisnis serta kebutuhan pengguna.

2. Perancangan UI/UX

Membuat tampilan yang menarik, bisa diakses di berbagai perangkat, dan mudah digunakan. Desain yang baik memudahkan pengguna dalam berinteraksi serta meningkatkan kepercayaan terhadap website.

3. Pengembangan sistem (Frontend dan Backend)

Frontend adalah bagian yang digunakan pengguna, sedangkan backend menangani proses seperti akun, produk, dan pembayaran. Pengembangan ini harus aman, cepat, dan siap dikembangkan lebih lanjut.

4. Keamanan data dan Pembayaran

Menggunakan sistem enkripsi seperti SSL/TLS, firewall, serta perlindungan dari berbagai ancaman siber. Integrasi dengan gateway pembayaran yang terpercaya memastikan transaksi berjalan aman.

5. Integrasi Pengiriman dan Sistem Backend (ERP/CRM)

Website terhubung dengan layanan pengiriman untuk mengetahui biaya pengiriman serta status pengiriman secara real time. Integrasi dengan sistem ERP/CRM membantu mengelola stok barang, pesanan, serta data pelanggan secara otomatis.

6. Pengujian, Peluncuran, dan Stabilitas

Sebelum diuncurkan, sistem diuji untuk memastikan semua fitur berjalan dengan baik. Setelah peluncuran, website harus diawasi dan dioptimalkan agar tetap stabil serta bisa menangani peningkatan jumlah pengguna.

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.

Jawab:

Mengubah cara bisnis bekerja dari manual menjadi lebih otomatis, cepat, dan hemat waktu. Dengan pendekatan bisnis digital, setiap tahap bisa dikontrol dan dihubungkan melalui teknologi berbasis data. Ini memudahkan bisnis tumbuh (skalabel) tanpa perlu tambah banyak perangkat fisik. Selain itu, analisis data secara real time membantu perusahaan mengambil keputusan yang lebih tepat untuk meningkatkan kinerja bisnis.

Penerapan AI dalam ekosistem e-commerce

Dengan AI, pembeli bisa lebih mudah menemukan produk yang cocok, layanan menjadi lebih cepat, dan bisnis bisa menghemat biaya operasional sekaligus meningkatkan penjualan. Contoh penerapannya yaitu:

1. Rekomendasi produk sesuai riwayat pencarian dan belanja pengguna.
2. Deteksi penipuan dengan cara memantau transaksi menyorotkan secara otomatis
3. prediksi stok barang berdasarkan tren permintaan pasar
4. Penyesuaian harga secara dinamis sesuai permintaan pasar.

Integrasi Model bisnis berbasis langganan atau SaaS bisa diintegrasikan ke dalam Platform e-commerce untuk memberikan nilai bagi pengguna secara berkelanjutan.

Contohnya: Langganan layanan premium seperti gratis kirim, cashback tambahan, atau akses prioritas.

Model ini memberi bisnis pendapatan yang tetap, sementara pelanggan bisa mendapat pengalaman belanja yang lebih personal dan bermanfaat.

3. Affiliate marketing merupakan mode monetisasi 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 penipuan, konflik kepentingan, dan penurunan reputasi merek dalam affiliate marketing, serta bagaimana perusahaan dapat mengatasi risiko risiko ini dengan kebijakan dan mekanisme pengawasan yang ketat.

Jawab:

Langkah Langkah Merancang Affiliate ~~Atas~~ Program yang sukses :

1. Memilih afiliasi yang tepat. Pilih Partner berdasarkan kredibilitas dan sesuai dengan bidang usaha agar promosi lebih relevan dan efektif.
2. Menentukan struktur komisi yang menarik, pilih tipe komisi seperti berdasarkan Penjualan (CPA), klik (CPC), atau prospek (CPL) yang kompetitif dan jelas
3. Membuat bahan promosi dan aturan yang jelas, sediakan banner, link tracking, dan panduan konten agar merek tetap konsisten
4. Melakukan monitoring dan evaluasi kinerja, gunakan dashboard tracking untuk memantau konversi dan efektivitas promosi secara berkala.

Risiko yang bisa terjadi :

1. Penipuan klik dan konversi palsu
2. Konten Promosi yang tidak benar
3. Reputasi Merek menurun karena promosi yang tidak etis.

Cara mengatasi risiko :

1. Gunakan sistem verifikasi dan anti penipuan
2. Tetapkan kebijakan promosi yang ketat dan evaluasi mitra secara berkala.
3. Lakukan audit terhadap konten dan kinerja mitra secara rutin.

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 mempengaruhi 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.

Jawab :

Marketing melalui media sosial sangat penting dalam pemasaran digital karena memungkinkan perusahaan berkomunikasi langsung dengan pelanggan.

Dengan menggunakan analitik media sosial, perusahaan bisa memahami cara pengguna berinteraksi, seperti jenis konten yang disukai, waktu mereka aktif, serta bagaimana mereka merespons iklan. Informasi ini membantu perusahaan mengatur strategi pemasaran, seperti membuat konten yang lebih sesuai dengan keinginan pelanggan dan memilih platform yang paling efektif. Selain itu, analitik juga digunakan untuk mengevaluasi hasil kampanye, seperti tingkat keterlibatan, jangkauan, tingkat klik, serta tingkat konversi.

Namun, strategi pemasaran di media sosial bisa berubah karena algoritma terus diperbarui. Algoritma ini menentukan seberapa besar konten bisa dilihat oleh orang lain. Jika algoritma lebih mengutamakan konten yang relevan atau interaktif, perusahaan harus menyesuaikan diri dengan membuat konten yang lebih menarik, mengikut tren, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens, bukan hanya memberikan informasi satu arah.

Disisi lain, media sosial juga adalah tempat dimana opini dan kritik bisa muncul dengan cepat, sehingga perusahaan harus siap menghadapi tantangan dalam menjaga reputasi merek. Risiko seperti penyebaran informasi buruk atau komentar negatif bisa merusak kepercayaan pelanggan. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan perlu merespons secara cepat dan profesional, memberikan penjelasan yang jujur, serta memiliki rencana tindakan untuk mengelola situasi tersebut agar tidak terus memburuk.