

KURNIA HERMAYADI

2313025030

PTI 23B

UAS E-Commerce

1. Langkah Merancang dan Membangun Website E-Commerce

1. Perencanaan dan Strategi (Konsep)

- Target Pasar dan Analisis Pesaing: Tentukan Siapa Pelanggan Ideal anda (buyer Persona) dan Pelajari Kekuatan Serta Kelemahan Pesaing Utama anda.
- Pemilihan Platform: Pilih Platform e-Commerce yang sesuai dengan kebutuhan skalabilitas, anggaran dan kemampuan teknis anda (Misalnya, Shopify untuk kemudahan, WooCommerce untuk fleksibilitas, atau Magento/Custom untuk skala besar dan kustomisasi tinggi).
- Arsitektur Informasi: Rancang Struktur Situs yang logis dan mudah dinavigasi. Petakan Semua Kategori Produk dan Subkategori.

2. Desain Pengalaman Produk Pengguna (UX) dan Antarmuka (UI)

Desain yang baik berfokus pada kemudahan penggunaan dan daya tarik visual:

Desain Responsive: Pastikan Tata letak (layout) website berfungsi sempurna di semua Perangkat (desktop, tablet, Smartphone) karena mayoritas transaksi terjadi melalui Perangkat seluler.

3. Pengembangan dan Implementasi Fitur

Pada tahap ini, website dibangun dengan fokus pada keamanan dan fungsionalitas inti:

Fitur E-commerce Esensial: Implementasikan Fitur keranjang belanja, Manajemen Sistem manajemen Pesanan, dan kalkulator Pengiriman.

Keamanan transaksi Tinggi:

Sertifikat SSL/TLS : wajib untuk mengenkripsi data Sensitiv (Informasi Kartu Kredit, login) menjamin keamanan, dan membangun kepercayaan.

Kepatuhan PCI DSS : Pastikan Semua Pemrosesan Pembayaran mematuhi standar Standard keamanan Industri Kartu Pembayaran (kartu kredit/debit, transfer bank PCI DSS)

Pilihan Pembayaran yang Fleksibel: Integrasikan Berbagai Metode Pembayaran (kartu kredit/debit, transfer bank, dompet digital).

4. Pengujian dan Skalabilitas

Sebelum diluncurkan, Situs harus diuji Secara menyeluruh dan dirancang untuk Pertumbuhan:

Pengujian A/B : Uji berbagai versi halaman (landing Page, deskripsi Produk) untuk melihat mana yang menghasilkan konversi tinggi.

Pengujian Fungsional dan Keamanan : Uji Semua fitur, Proses Checkout, dan Pastikan tidak ada Kerentanan keamanan.

Skalabilitas : Infrastruktur harus mampu menangani lonjakan lalu lintas (misalnya saat Promosi besar atau musim liburan) tanpa down atau melambat.

Sistem Backend Deskripsi Integrasi Kontribusi ke operasi

ERP (Enterprise Resource Planning) menghubungkan Platform dengan modul Inventaris, Keuangan, dan Rantai Pasokan utama.

Pengelolaan Inventaris Real-time : Mengurangi risiko Penjualan Produk yang Sudah habis (overselling) dan mempercepat Pengadaan barang.

CRM (Customer Relationship Management) menghubungkan data Perilaku Pembelian, Preferensi, dan Riwayat komunikasi Pelanggan.

Analisis data Pelanggan : Memungkinkan Personalitas Pemasaran, Program loyalitas, dan Penargetan yang lebih efektif.

Kontribusi Pada Kepuasan Pelanggan dan Konversi Penjualan

Elemen-elemen yang terintegrasi ini bekerja bersama untuk meningkatkan Metrik Keberhasilan bisnis.

Peningkatan Kepuasan Pelanggan

Informasi Akurat : Pelanggan mendapatkan Status Stok, harga, dan biaya

Pengiriman Yang Akurat berkat Sinkronisasi real-time dengan ERP.

Pemenuhan Pesanan Cepat : Otomatisasi Pemrosesan Pesanan mengurangi waktu Penanganan, Yang berarti Pesanan diproses lebih cepat, Meningkatkan loyalitas.

Peningkatan Konversi Penjualan :

Kecepatan keamanan : Desain UX/UI Yang cepat dan Proses Checkout Yang aman mengurangi keraguan Pelanggan Saat bertransaksi.

2. Perubahan harus Merancang Program affiliate Secara Strategis :

1. Memilih afiliasi tepat, membuat struktur komisi adil, Memberi tools, dan mengawasi kualitas.

2. Risiko yang muncul meliputi :

- Penipuan (bot traffic, Cookie stuffing)
- Konflik Kepentingan.
- Penurunan Reputasi Brand

3. Strategi Mitigasi

- Sistem Anti-fraud.
- Kebijakan konten ketat.
- Manual review afiliasi.
- Pinalti untuk Pelanggaran.
- Monitoring AI + Compliance team.

3. 1. Konsep Bisnis digital Mengubah Model bisnis tradisional menjadi lebih :

- Efisien (otomatisasi)
- Skalabel (tidak dibatasi lokasi),
- Berbasis Data (optimasi keputusan).

2. AI dan IoT menjadi teknologi kunci yang mendukung:

- Efisiensi operasional (warehouse automation, tracking)
- Customer experience (Rekomendasi Produk, Chatbot)
- Keamanan (Fraud detection)

3. Model langganan dan SaaS dalam e-commerce :

- Menciptakan nilai tambah dengan Pendaparan berulang.
- Memperkuat loyalitas
- Menyediakan Fitur Premium dan Pengelolaan bisnis yang lebih cerdas.

4. 1. Analitik media sosial memberi insight Penting tentang Perilaku Konsumen, Preferensi Konten, dan Efektivitas kampanye Sehingga Strategi dapat disesuaikan Secara akurat.

2. Perubahan Algoritma media sosial mempengaruhi Jangkauan dan engagement Konten. Perusahaan harus beradaptasi melalui:

- Konten relevan.
- Push engagement.
- Diversifikasi Platform
- Serta Penggunaan Paid ads.

3. Reputasi di media sosial sangat rapuh, Sehingga Perusahaan membutuhkan:

- Sistem Social listening.
- Respon Cepat dan transparan.
- Protokol Manajemen Krisis.