

Nama: Widia Varidatul Notoharoh

NPM : 2313025039

kelas: PTI B 2023

UAS E-Commerce

1. Merancang dan membangun website E-commerce yang sukses bukan hanya soal tampilan menarik, tapi juga soal pengalaman pengguna, keamanan, dan kemampuan untuk berkembang sesuai kebutuhan bisnis. Berikut langkah-langkah dan elemen penting yang perlu diperhatikan:

#Langkah Merancang Website E-Commerce

- Mulai dengan perencanaan yg matang, tentukan tujuan bisnis, target pasar, dan fitur yg dibutuhkan.
- Pilih Platform e-commerce yg sesuai, yg mendukung desain responsif dan integrasi sistem lain.
- Desain tampilan yg sederhana, profesional, dan mudah digunakan, dengan menu navigasi yg jelas, gambar produk berkualitas, dan proses checkout yg efisien.
- Terapkan desain SEO-friendly agar website mudah ditemukan di mesin pencari dan menarik lalu lintas organik.

#Keamanan dan Skalabilitas

- Terapkan teknologi keamanan seperti enkripsi data (SSL), autentifikasi dua faktor, dan sistem deteksi ancaman untuk melindungi data Pelanggan dan transaksi.
- Gunakan infrastruktur yang dapat diskalakan, seperti cloud computing, agar website tetap stabil saat jumlah pengunjung atau transaksi meningkat.

#Integrasi ERP dan CRM

Dengan Platform E-Commerce memungkinkan data Inventaris, Pesanan, dan Informasi Pelanggan terupdate secara otomatis. Sistem ERP membantu mengelola stok, produksi, dan logistik, sementara CRM membantu interaksi Pelanggan, riwayat pembelian, dan preferensi.

#Dampak terhadap Kepuasan Pelanggan dan Konversi

Pelanggan mendapatkan pengalaman berbelanja yang mulus, Informasi produk dan stok selalu akurat, serta layanan purna jual yg lebih responsif. Selain itu, analisis data Pelanggan memungkinkan personalisasi layanan dan promosi, sehingga pelanggan merasa lebih diperhatikan.

Transformasi digital membuat banyak bisnis tradisional harus mengubah cara kerjanya agar tetap relevan. Bisnis digital pada dasarnya mengandalkan teknologi untuk membuat proses lebih cepat, lebih murah, dan lebih mudah diukur.

Bagaimana Bisnis Digital Mengubah Model Tradisional

- lebih Efisien

Proses manual digantikan sistem otomatis, misalnya pencatatan penjualan, manajemen stok, hingga pengiriman.

- lebih skalabel

sistem digital bisa dipakai untuk melayani ratusan sampai ribuan pelanggan tanpa harus menambah banyak tenaga kerja.

- Berbasis data

setiap aktivitas tercatat sehingga perusahaan bisa menganalisis tren, membuat strategi pemasaran, dan memprediksi permintaan lebih akurat.

Contoh Penerapan Teknologi Terkini

1) Artificial Intelligence (AI)

AI dalam E-commerce biasanya dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan. Salah satunya adalah rekomendasi produk, seperti apa yang dilakukan Tokopedia atau Shopee ketika menampilkan barang yg sesuai dengan kebiasaan belanja pelanggan. Teknologi AI juga digunakan dalam demand forecasting, yaitu memprediksi produk mana yg akan banyak dicari di periode tertentu, sehingga stok bisa dipersiapkan lebih awal dan risiko kehabisan barang dapat diminimalkan.

2) Internet of Things (IoT)

Dalam dunia gudang dan logistik, teknologi IoT sangat membantu mempercepat dan merapikan proses kerja. Sensor IoT dapat memantau kondisi barang, seperti suhu atau lokasi pengiriman, secara realtime. Dengan sistem seperti ini, operasional menjadi jauh lebih efisien dan akurat.

Integrasi Model Bisnis langganan SaaS dalam E-commerce

- E-commerce menyediakan paket langganan membership berisi gratis ongkir, akses promo khusus, atau layanan pengiriman prioritas.

- Untuk penjual, Platform E-commerce bisa menawarkan layanan SaaS berupa sistem manajemen toko, analisis performa penduduk, dan alat pemasaran otomatis yg dibayar perbulan.

Model langganan ini menguntungkan 3 pihak:

- perusahaan
- pelanggan
- seller

3. Affiliate marketing bisa jadi cara yg efektif untuk memperluas jangkauan penjualan tanpa harus menambah banyak biaya iklan. Tapi supaya programnya berhasil, perusahaan perlu menyiapkan beberapa langkah penting

1) Menentukan konsep Program dan memilih Afiliasi yang tepat
langkah awalnya adalah menentukan seperti apa program affiliate yang ingin dijalankan, mulai dari produk mana yang boleh dipromosikan sampai aturan mainnya. Pemilihan afiliasi ini sangat penting karena mereka akan menjadi "wajah" dari produk yang dipromosikan.

2) Menyusun struktur komisi yg adil dan menarik
Program affiliate tidak akan berjalan kalau komisinya tidak masuk akal. Intinya, komisinya harus cukup menarik tapi tetap aman bagi margin perusahaan.

3) Menjaga kualitas konten dan Cara Promosi
walaupun afiliasi punya kebebasan membuat konten, perusahaan tetap harus punya standar. Biasanya perusahaan membuat guideline agar promosi tetap rapi dan sesuai karakter brand.

Risiko dalam Affiliate Marketing dan Cara Mengatasinya

Dari sisi risiko, affiliate marketing memang tidak lepas dari potensi penipuan seperti klik palsu atau transaksi fiktif. Perusahaan bisa mengatasinya dengan sistem tracking yang ketat dan audit rutin.

Ada juga risiko konflik kepentingan atau afiliasi yang mempromosikan produk secara berlebihan sehingga merugikan reputasi brand. Untuk menghindarinya, diperlukan aturan yg jelas, monitoring konten, dan tindakan tegas jika afiliasi melanggar.

4. Sosial media marketing jadi alat penting bagi perusahaan untuk memahami konsumennya. lewat analitik social media, perusahaan bisa melihat bagaimana perilaku pengguna.

Pemanfaatan Analitik Sosial Media

- Mengetahui konten yg paling menarik perhatian audiens.
- Melihat jam aktif pengguna untuk menentukan waktu posting terbaik.
- memahami pola interaksi seperti like, komentar atau share.
- mengukur efektivitas kampanye lewat reach, engagement, dan conversion

Dampak Perubahan Algoritma dan cara beradaptasi.

Tantangan besar muncul dari perubahan algoritma di platform seperti Instagram, Tiktok, dan Facebook yang terus memperbarui cara mereka menampilkan konten. Perubahan ini sering membuat jangkauan menurun meskipun kualitas konten tetap sama, terutama karena platform kini lebih mengutamakan format tertentu seperti video pendek.

Sementara postingan yang kurang interaksi cepat menghilang langsung tenggelam. Untuk tetap relevan, perusahaan perlu beradaptasi dengan membuat konten mendorong interaksi organik, memahami tren baru yg sedang diutamakan algoritma seperti reels atau tiktok, serta membangun hubungan aktif dengan audiens melalui komentar dan pesan langsung.

Tantangan Reputasi dan Cara Mengatasinya.

Tantangan reputasi di sosial media cukup besar karena komentar negatif sangat mudah viral, dan jika kritik ditangani dengan cara yg salah, citra brand bisa langsung turun. Respon yg lambat juga sering membuat situasi semakin buruk. Untuk mengatasi krisis reputasi seperti ini, perusahaan perlu memantau percakapan tentang brand secara real-time, memberikan respons yg cepat, jujur, dan jelas, serta berani mengakui kesalahan jika memang terjadi. Selain itu, penting untuk menjelaskan langkah perbaikan dan menunjukkan solusi nyata, bukan hanya memberikan pernyataan permintaan maaf tanpa tindakan lanjutan.