

UTS E-COMMERCE

No. _____

Date: _____

Nama: Ivan Tri Fajar Kurnianto

NPM: 2313025010

Kelas: PTI 23 B

Jawaban:

1. Tahapan awal dimulai dengan Perencanaan yg jelas, menetapkan Sasaran Pasar, Jenis barang yg akan dijual, dan desain Visual yg akan diperlihatkan. Selanjutnya Situs web harus dirancang agar menarik dan User Friendly, Seperti navigasi yg sederhana, tampilan yg bersih, Waktu akses yg cepat, dan tetap nyaman diakses lewat hp. Aspek keamanan sangat krusial, sehingga perlu diterapkan SSL/HTTPS, metode Pembayaran yg terpercaya dan Perlindungan data Pelanggan. Integrasi dengan Sistem Seperti ERP dan CRM juga sangat berharga karena membantu otomatisasi Pengelolaan inventaris, mempercepat Pemrosesan Pesanan, dan memungkinkan analisis data Pelanggan untuk memberikan tawaran yg lebih Personal. Jika Semua ini dilaksanakan dengan baik, menurut saya Pelanggan akan merasa lebih Puas dan Percaya, meningkatkan kemungkinan mereka untuk melakukan Pembelian ulang.
2. Konsep bisnis digital memungkinkan Perusahaan untuk beroperasi lebih cepat, lebih efektif, dan memanfaatkan data untuk membuat keputusan yg lebih akurat. Contohnya Seperti Pencatatan inventaris atau transaksi kini dapat dilakukan Secara otomatis melalui Sistem digital, sehingga mengurangi kesalahan dan mengoptimalkan Waktu. Inovasi Seperti AI dan IoT telah memberikan dampak Signifikan dalam dunia E-Commerce. AI dapat dimanfaatkan untuk memberikan rekomendasi Produk Sesuai dengan Preferensi Pelanggan, menyediakan chatbot yg dapat menjawab Pertanyaan Selama 24 Jam. Sedangkan IoT memungkinkan Pemantauan Pergerakan barang di gudang atau Selama Proses Pengiriman Secara langsung. Selain itu, model bisnis yg berdasarkan langganan atau SaaS semakin banyak di pakai. Misalnya Platform E-Commerce yg menawarkan Program Keanggotaan dengan manfaat Seperti diskon eksklusif dan Pengiriman lebih cepat.



3. Langkah-langkah yg Perlu diambil oleh Perusahaan dengan memilih afiliasi yg cocok, yakni orang atau kreator yg benar-benar berkaitan dengan Produk dan memiliki audiens yg relevan. Lalu Perusahaan harus menetapkan komisi yg jelas dan adil, seperti komisi berdasarkan Pengualan, klik dan kualitas Produk yg dipromosikan harus dijaga.

Namun, Pemasaran afiliasi juga disertai beberapa resiko. Salah satunya adalah terjadinya Penipuan, seperti Pemanfaatan bot untuk menciptakan klik yg tidak valid atau manipulasi tautan afiliasi. Resiko lainnya adalah Penurunan reputasi merk jika afiliasi menggunakan metode Promosi yg berlebihan, menyesatkan, atau dianggap SPAM. Untuk mengatasi resiko ini, Perusahaan Perlu menetapkan Kebijakan yg ketat, termasuk Peraturan Promosi, Standar etika dan larangan dalam membuat klaim yg tidak benar. Selain itu Perusahaan harus memiliki Sistem Pemantauan, seperti dasbor Pelacakan, Verifikasi transaksi, hingga audit rutin.

4. Perusahaan dapat menggunakan analisis media Sosial untuk memahami Perilaku Pembeli dengan mengamati informasi seperti demografi Pengikut, Jam Paling aktif, Jenis Konten yg mendapatkan most interaksi. Dengan data ini, Perusahaan dapat menyesuaikan Pendekatan Pemasaran mereka, seperti menciptakan konten yg sesuai, menentukan Jadwal Posting, serta menargetkan iklan kepada audiens yg tepat. Namun Perubahan algoritma media Sosial Sering kali berdampak pada jangkauan konten, yg kadang hanya menampilkan materi yg dianggap relevan atau memiliki interaksi yg tinggi. Untuk beradaptasi, Perusahaan Perlu menciptakan konten yg interaktif, memanfaatkan Video Singkat, rutin melakukan Posting, dan mengandalkan iklan berbayar Saat diperlukan.