

Nama: Selara Waruwu
NPM: 2313025064
Kelas: PTI 23B

1. Langkah - langkah merancang dan membangun website e-commerce

↳ - Perencanaan dan desain website

↳ Website e-commerce harus dirancang dengan tampilan yang menarik, Mudah digunakan dan bisa diakses dengan baik di berbagai perangkat agar pengunjung nyaman saat berbelanja

- Pengalaman pengguna

↳ Proses belanja harus sederhana dan cepat, sehingga pelanggan bisa dengan mudah mencari produk, memasukkannya ke keranjang, dan menyelesaikan pembayaran

- Keamanan Transaksi

↳ Website harus menggunakan sistem keamanan seperti HTTPS dan metode pembayaran yang aman agar data dan transaksi pelanggan terlindungi

- Skalabilitas Sistem

↳ Website perlu menggunakan server dan teknologi yang mampu menangani banyak pengguna dan transaksi online saat bisnis berkembang.

Integrasi Sistem backend (ERP dan CRM)

Integrasi antara platform e-commerce dengan sistem backend seperti ERP dan CRM membantu pengelolaan bisnis menjadi lebih rapi dan otomatis. Studi barang dapat ter-update secara real-time, pesanan bisa di proses lebih cepat, dan data pengguna bisa dianalisis untuk memahami kebiasaan belanja serta kebutuhan mereka

Pengaruh terhadap kepuasan pengguna dan konversi penjualan

Semua elemen tersebut berpengaruh langsung terhadap kepuasan pengguna dan peningkatan penjualan. Website yang mudah digunakan, aman, dan cepat membuat pelanggan merasa nyaman dan percaya, sehingga mereka lebih cenderung menyelesaikan pembelian ulang di kemudian hari

2. Konsep bisnis digital yaitu mengubah bisnis tradisional dengan membuat proses menjadi lebih otomatis, cepat dan berbasis data. Kalau dulu pencatatan stok, penjualan dan pengguna dilakukan manual, sekarang semuanya bisa dikelola lewat sistem digital sehingga lebih efisien, mudah dikembangkan dan keputusan bisnis bisa diambil berdasarkan data yang akurat.

Contoh penerapan AI adalah chatbot otomatis seperti fitur customer service printer yang bisa menjawab pertanyaan pengguna 24 jam, serta sistem rekomendasi produk yang menyarankan barang berdasarkan riwayat belanja. Contoh lain adalah penggunaan alat seperti RFID scanner sensor suhu gudang dan smart shelf (rak printer) yang bisa mendeteksi barang-barang secara otomatis. Alat-alat ini membantu bisnis memantau barang secara real-time tanpa harus cek manual.

Model bisnis berbasis langganan atau SaaS bisa diintegrasikan dalam platform E-commerce dengan cara menawarkan fitur berlangganan seperti fitur pengiriman rutin, akses ke fitur premium, atau layanan khusus. Model ini memberi keuntungan bagi perusahaan karena pendapatan lebih stabil, sedangkan konsumen mendapatkan kemudahan dan layanan yang lebih praktis.

3. Perusahaan bisa membangun program affiliate marketing yang sukses dengan beberapa langkah penting, yaitu memilih affiliate yang kredibel dan memiliki audiens yang sesuai dengan produk, menyediakan materi promosi yang jelas, serta membuat aturan kerja sama yang transparan. Struktur komisi juga harus adil, misalnya berdasarkan jumlah penjualan atau klik yang valid agar affiliate termotivasi. Sehaligus menjaga kepentingan perusahaan. Selain itu, kualitas produk dipromosikan harus dijaga dengan memastikan bahwa deskripsi produk jujur dan sesuai kenyataan.

Dalam affiliate marketing ada beberapa risiko, seperti penipuan data penjualan, promosi yang menyesatkan, konflik kepentingan, hingga penurunan reputas merek. Risiko ini bisa diatasi dengan membuat kebijakan yang jelas, menggunakan sistem pelacakan yang akurat, melakukan audit rutin pada aktivitas affiliate, serta memberikan sanksi tegas bagi affiliate yang melanggar aturan. Dengan pengawasan yang baik, program affiliate marketing bisa tetap aman dan menguntungkan bagi perusahaan.

4. Pemanfaatan analitik media sosial

- Menggunakan data seperti jumlah like, komentar, share dan reach untuk memahami minat dan perilaku konsumen
- menganalisis waktu aktif audience agar perusahaan bisa menentukan waktu posting yang tepat
- menganalisis data demografi untuk menyesuaikan konten dengan target pasar
- mengukur keberhasilan kampanye melalui metrik seperti engagement rate dan conversion rate

Dampak Perubahan algoritma media sosial

- Algoritma yang berubah dapat memengaruhi jumlah konten organik jika konten dianggap kurang relevan
- konten yang memicu interaksi tinggi (komen, share, save) bisa mendapat yang lebih banyak lagi
- Postingan dari akun bisnis seringkali prioritas dibanding konten personal

Cara penyesuaian beradaptasi dengan perubahan algoritma

- membuat konten yang interaktif seperti polling, Q&A, dan video pendek
- konsisten memposting konten yang relevan dan berkualitas
- mengombinasikan strategi organik dengan iklan berbayar
- mengikuti update terbaru ttg perubahan fitur dan algoritma platform

Tantangan dalam mengelola reputasi merek

- Komentar/kritik dari pelanggan bisa menyebar dengan cepat
- Risiko hoaks atau informasi salah tentang merek
- Uraian buruk dari influencer atau pelanggan

Cara mengatasi krisis reputasi

- merespon keluhan dengan cepat dan profesional
- memberikan klarifikasi secara transparan jika ada informasi yang salah
- menyusun strategi komunikasi krisis dan SOP khusus untuk tim media sos
- menunjukan tanggung jawab perusahaan dan solusi nyata atas masalah