

Nama : Yulianti
NPM : 2313025060
Kelas : PTI 23B
Mata kuliah : E - Commerce

Ujian akhir semester E-commerce

1. Website E-commerce yang baik tidak hanya mengutamakan tampilan, tetapi juga kenyamanan pengguna, keamanan transaksi, dan performa yang stabil. Prosesnya dimulai dari memahami kebutuhan bisnis, lalu membuat desain yang rapi, cepat dan mudah dinavigasi, dan menarik secara visual. Keamanan dijaga awal MFRPS, dan metode pembayaran terpercaya, serta arsitektur yang mampu menangani peningkatan trafik.

Untuk operasional lebih efisien, website harus terhubung dengan ERP dan CRM. ERP memantapkan stok dan pesanan tercatat otomatis, sedangkan CRM membantu memahami perilaku pelanggan. Integrasi ini membuat proses lebih cepat, data lebih akurat dan layanan lebih personal sehingga meningkatkan kepuasan dan mendorong penjualan.
2. Digital transformation membuat bisnis tradisional bisa bekerja lebih cepat dan rapi karena banyak proses diganti dengan sistem digital. Hal-hal yang dulu harus dicatat manual, seperti stok, transaksi atau layanan pelanggan, kini bisa berjalan otomatis. hasilnya, waktu kerja lebih efisien dan perusahaan bisa berkembang tanpa harus menambah banyak tenaga atau biaya.

Contoh Penerapan teknologi:
 - 1). AI dipakai, e-commerce seperti Tokopedia atau Shopee untuk membuat rekomendasi produk yang sesuai minat pengguna dan membantu layanan pelanggan lewat chatbot otomatis.
 - 2). IoT digunakan perusahaan seperti Amazon gudangnya. sensor dan perangkat otomatis memantau stok, mengecek barang masuk keluar dan membantu robot pengambil barang sehingga proses pengiriman jadi jauh lebih cepat.

Model langganan atau SaaS juga bisa diterapkan di E-commerce. Contohnya layanan membership seperti "gratis ongkir tambahan" fitur analisis penjualan untuk penjual atau aplikasi manajemen toko.

Yang dibayar bulanan, bagi perusahaan, model ini memberi pendapatan lebih stabil, bagi pelanggan, ada manfaat tambahan yang membuat mereka lebih menggunakan platform tersebut

3. Langkah perusahaan dalam merancang program affiliate marketing
 - 1). Pilih afiliasi yang tepat : yaitu cari kreator atau partner dengan audiens yang sesuai dan reputasi yang baik
 - 2). Tentukan struktur komisi : yaitu buat komisi yang jelas, adil dan sesuai target
 - 3). sediakan materi promosi : yaitu seperti link khusus, foto produk dan deskripsi agar afiliasi bisa promosi dengan benar
 - 4). Pastikan kualitas produk : yaitu produk dan layanan harus layak di rekomendasikan agar tidak merugikan nama merek
 - 5). Gunakan sistem tracking : yaitu untuk memantau klik, penjualan dan performa tiap afiliasi secara akurat
 - 6). lakukan pengawasan rutin : yaitu cek apakah cara promosi afiliasi sesuai aturan dan tidak menyesatkan

Potensi risiko dalam affiliate marketing

- 1). Penipuan : yaitu klik palsu, transaksi fiktif
- 2). konflik kepentingan : yaitu ~~affili~~ afiliasi memakai cara promosi yang tidak sesuai nilai perusahaan
- 3). Penurunan reputasi merek : yaitu afiliasi membuat klaim berlebihan atau promosi agresif

Cara mengatasi risiko

- 1). buat aturan promosi yang jelas sejak awal
- 2). Sukses afiliasi secara ketat berdasarkan reputasi dan cara mereka membangun konten
- 3). Gunakan sistem pelacakan yang kuat untuk mendeteksi aktivitas mencurigakan
- 4). lakukan monitoring dan audit berkala terhadap konten promosi dan data transaksi

4. Pemanfaatan analitik sosial media

- 1). pahami perilaku konsumen : yaitu melihat data siapa yang melihat dan berinteraksi dengan konten untuk mengetahui minat dan waktu aktif audiens
- 2). menyesuaikan strategi pemasaran : yaitu data digunakan untuk memintu-

Kan jenis konten, gaya penyampaian, dan waktu posting yang paling efektif

- 3). mengukur efektivitas kampanye : yaitu menganalisis reach, engagement, klik dan konversi untuk menilai keberhasilan kampanye dan memperbaikinya

Dampak Perubahan algoritma sosial media

- 1). algoritma baru biasanya memprioritaskan konten yang dianggap relevan dan interaktif
- 2). Perubahan ini dapat mengurangi jangkauan organik meskipun jumlah pengikut tetap banyak
- 3). konten yang tidak muncul memicu interaksi langsung turun performanya

Tantangan dalam mengelola reputasi merek

- 1). komentar negatif atau isu kecil bisa cepat viral
- 2). informasi yang salah atau disalah artikan dapat mencoreng citra brand
- 3). respon yang terlambat sering memicu krisis reputasi lebih besar

Cara mengatasi krisis reputasi

- 1). respons cepat dan terbuka : yaitu beri pernyataan yang jujur dan hindari nada defensif
- 2). Pantau percakapan secara aktif : yaitu gunakan social listening untuk mendeteksi masalah sejak awal
- 3). Sediakan tim khusus : yaitu untuk menangani keluhan dan meredakan kesalahpahaman
- 4). Perbaiki masalah dibalik keluhan : yaitu agar isu tidak terulang
- 5). Komunikasikan Sosial : yaitu kepada publik untuk menunjukkan komitmen perusahaan