

Nama: Marvella Riska Fitra

NPM: 2513025044

Kelas: PTI 2023 B

UAS E-commerce

1.) langkah - langkah dalam merancang dan membangun website yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga menawarkan pengalaman pengguna yang optimal.

= Membangun online shop yang berhasil tidak hanya berfokus pada tampilan visual, tetapi juga fungsi, kenyamanan pengguna, dsb.

berikut langkah - langkahnya :

- analisis kebutuhan dan identifikasi target pengguna, dilakukan supaya dapat memahami apa saja yang dibutuhkan calon pembeli
- perancangan UI/UX, berfokus pada estetika visual dan kenyamanan penggunaan sistem seperti tampilan desain yang konsisten, Navigasi menu yang jelas dsb.
- pengembangan fitur, seperti katalog produk, barang yang kelangka, Metode pembayaran, manajemen akun pelanggan dan tracking pengiriman.
- pengujian sistem, melakukan uji fungsi, uji kompatibilitas perangkat, uji kecepatan dan uji kegunaan

langkah - langkah untuk memastikan keamanan transaksi yang tinggi

- Implementasi SSL untuk enkripsi data
- Sistem autentikasi pengguna dan password hashing
- Integrasi payment gateway terpercaya
- Proteksi terhadap serangan siber seperti malware, SQL Injection dan phishing
- back up data dan monitoring aktivitas secara berkala

upaya untuk memastikan kemampuan skalabilitas website

- menggunakan arsitektur cloud
- mengembangkan sistem berbasis modular atau microservices
- database scalable, seperti MongoDB atau MySQL cluster
- mekanisme caching untuk mempercepat load halaman
- load balancing agar trafik terbagi rata

pentingnya Integrasi backend Seperti ERP dan CRM

- a. ERP digunakan untuk mengelola inventaris, gudang pembelian dan keuangan manfaat Integrasi ERP, stok produk tercatat otomatis dan real time, pemrosesan order lebih cepat dan akurat
- b. CRM digunakan untuk mengelola data pelanggan riwayat transaksi dan komunikasi, manfaatnya, Personal branding dan rekomendasi produk lebih tepat, Promosi pengiriman berdasarkan perilaku pelanggan, mendukung analisis data layanan pelanggan

kontribusi elemen tersebut terhadap peningkatan kepuasan pelanggan dan konversi penjualan

- pengalaman kerja lebih cepat dan mudah, sehingga tidak frustrasi saat checkout
- Informasi stok dan pesanan akurat, membuat pelanggan percaya dan aman
- layanan yang lebih personal, meningkatkan loyalitas konsumen
- pengiriman pesanan lebih cepat karena otomatisasi proses
- analisis data real time membantu strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran

2) jelaskan bagaimana konsep bisnis digital dapat mengubah model bisnis tradisional

- = konsep bisnis digital memungkinkan perusahaan mengganti proses manual dengan sistem otomatis berbasis teknologi. hal ini membuat operasional lebih efisien karena pekerjaan seperti ini membuat operasional lebih efisien karena pekerjaan pencatatan pesanan, pembayaran, dan manajemen stok dapat dilakukan otomatis tanpa banyak tenaga manusia. bisnis digital juga lebih mudah distalakan, karena tidak terikat lokasi fisik, misalnya, toko online bisa melayani pembeli dari seluruh Indonesia tanpa membuka cabang baru

Jelaskan dengan contoh nyata penerapan teknologi terkini seperti AI dan IoT

- = a. AI sering dipakai untuk mempersonalisasi layanan pelanggan, contohnya rekomendasi produk otomatis seperti yang ada di Tokopedia, Shopee, atau Netflix
- b. IoT membantu otomatisasi dalam logistik dan gudang. Misalnya sensor otomatis di gudang untuk mengecek jumlah barang dan lokasi penyimpanan. Pada pengiriman paket, IoT digunakan untuk real time tracking, yang membuat pelanggan bisa memantau posisi barang secara akurat melalui aplikasi

Analisis bagaimana model bisnis berbasis langganan atau SaaS

- = model bisnis subscription dan SaaS dapat diadopsikan untuk menambah nilai platform e-commerce. contohnya, pelanggan bisa berlangganan produk kebutuhan rumah seperti kopi, skincare, makanan hewan, atau vitamin yang otomatis dikirim tiap bulan tanpa perlu memesan ulang.
- untuk penjual e-commerce dapat menyediakan layanan SaaS berupa fitur premium seperti analisis penjualan, iklan otomatis, atau manajemen toko digital berbagai manfaat untuk perusahaan: pendapatan lebih stabil, pelanggan lebih loyal dan data pengguna lebih lengkap
- manfaat untuk pelanggan: lebih praktis, harga biasanya lebih murah dalam paket dan layanan lebih personal

3) langkah langkah yang perlu diambil oleh perusahaan untuk merancang dan mengelola affiliate marketing yang sukses termasuk pemilihan afiliasi, struktur komisi dan pengawasan kualitas produk yg dipromosikan

- = a. menentukan tujuan dan strategi program perusahaan harus menentukan target yang ingin dicapai, misalnya peningkatan penjualan, perluasan pasar, atau peningkatan visibilitas brand
- b. pemilihan afiliasi yang tepat, perusahaan perlu memilih afiliasi yang memiliki audiens sesuai dengan segmen pasar produk. Misalnya, produk kecantikan cocok bekerja sama dengan beauty influencer atau blogger skincare.

- c. mengguna struktur komisi yang adil dan menarik, struktur pembayaran harus mampu memotivasi afiliasi, misalnya komisi berdasarkan penjualan (per transaksi), per klik atau per prospek. komisi yang terlalu kecil membuat afiliasi tidak tertarik
- d. menyediakan materi promosi yang profesional perusahaan perlu menyiapkan banner, copywriting, foto produk, atau video agar afiliasi dapat mempromosikan produk dengan konsisten
- e. pengawasan kualitas produk dan konten promosi, perusahaan harus memastikan bahwa produk yang dipromosikan berkualitas dan informasi yang disampaikan afiliasi tidak menyesatkan
- f. memonitor performa afiliasi, penggunaan dashboard pelacakan, analitik dan laporan penjualan membantu perusahaan menilai efektivitas tiap afiliasi dan menentukan strategi peningkatan

analisis potensi risiko dalam afiliasi marketing

- a. risiko penipuan, contohnya pemalsuan klik atau transaksi fiktif agar afiliasi mendapatkan komisi tanpa menghasilkan penjualan nyata
- b. konflik kepentingan, afiliasi dapat mempromosikan produk pesaing di waktu yang sama, sehingga tujuan pemasaran menjadi tidak konsisten atau merugikan brand
- c. penurunan reputasi merk, apabila afiliasi menggunakan cara promosi yang tidak etis, seperti memberikan informasi palsu atau berlebihan

bagaimana perusahaan dapat mengatasi risiko ini dengan kebijakan dan mekanisme pengawasan ketat

- a. sistem verifikasi transaksi untuk mendeteksi aktivitas mencurigakan dan mencegah penipuan klik atau penjualan palsu
- b. kontrak dan aturan program afiliasi yang jelas, seperti larangan melakukan promosi menyesatkan atau bekerja untuk pesaing secara bersamaan
- c. pemantauan konten promosi secara berkala, termasuk review materi dan audit terhadap platform
- d. penggunaan teknologi tracking, misalnya AI based fraud detection, agar penipuan bisa terdeteksi
- e. sanksi tegas, seperti pemotongan komisi atau penghentian akun afiliasi yang melanggar ketentuan

4.) jelaskan bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan analitik sosial media untuk memahami perilaku konsumen, menyesuaikan strategi pemasaran

- = perusahaan dapat menggunakan analitik sosial media untuk memahami bagaimana konsumen berinteraksi dengan konten. seperti jenis postingan yang paling banyak disukai, waktu aktivitas pengguna tertinggi dan respon terhadap promosi tertentu. Informasi ini membantu mengidentifikasi minat, kebutuhan, serta pola perilaku konsumen. dengan memahami data tersebut perusahaan dapat menyesuaikan strategi pemasaran, misalnya menentukan gaya komunikasi, memilih format konten yang efektif

bagaimana perubahan algoritma platform sosial media memengaruhi jangkauan dan keterlibatan konten, serta bagaimana perusahaan dapat beradaptasi dengan perubahan

- = algoritma sosial media sering berubah dan biasanya memprioritaskan konten yang dianggap

relevan dan memiliki interaksi tinggi. perubahan algoritma dapat membuat gangguan konten organik menurun, sehingga postingan tidak lagi muncul pada banyak pengguna meskipun memiliki banyak pengikut. Hal ini memerlukan tingkat keterlibatan untuk beradaptasi perusahaan dapat:

- a. menghasilkan konten yang mendorong interaksi (komentar, share dan save) karena algoritma lebih memprioritaskan percakapan aktif
- b. memanfaatkan video pendek seperti Reels atau TikTok yang umumnya diprioritaskan algoritma
- c. menggunakan iklan berbayar (paid ads) untuk menambah jangkauan ketika konten organik turun
- d. melakukan kolaborasi dengan Influencer agar konten lebih mudah menjangkau audiens baru
- e. konsisten melakukan evaluasi dan mencoba format atau tren baru agar tetap relevan

Tantangan dalam mengelola reputasi merek di platform sosial media dan bagaimana cara perusahaan mengatasi krisis reputasi

= pengelolaan reputasi di sosial media sangat menantang karena persepsi publik dapat berubah cepat dan komentar negatif dapat menyebar lebih luas dibanding konten positif
cara mengatasinya:

- a. monitoring percakapan sosial media secara real time untuk mengetahui isu yang berkembang sebelum menjadi besar
- b. respon cepat dan proporsional, terutama ketika menghadapi keluhan pelanggan
- c. tetap transparan dan bertanggung jawab, misalnya menjelaskan penyebab masalah dan menyampaikan langkah perbaikan
- d. tim manajemen krisis khusus yang menangani situasi kritis melalui komunikasi yang terarah
- e. mengubah isu negatif menjadi pembelajaran, misalnya menawarkan kompensasi atau peningkatan layanan sebagai bukti komitmen perbaikan