

Nama : NIA OKTAVIA
NPM : 2313025042
Kelas : PTI 23 B

1. Membangun e commerce sukses membutuhkan kombinasi desain UI/UX yang responsif, keamanan transaksi ketat, dan infrastruktur yang skalabel untuk menjamin kenyamanan pengguna, yang wajib didukung oleh integrasi sistem backend seperti ERP dan CRM. Integrasi ini sangat krusial untuk menyinkronkan inventaris secara otomatis, mempercepat proses pemesanan, serta menganalisis data pelanggan secara real time, sehingga mencegah kejadian stok dan inefisiensi operasional. Sinergi antara platform website yang andal dan pengelolaan data yang terpusat ini akan membangun kepercayaan pelanggan menciptakan pengalaman belanja yang mulus dan secara langsung mendorong kepuasan serta konversi pembeli.
2. Konsep bisnis digital mentransformasi model tradisional dengan menggeser paradigma dari operasional manual yang kaku menjadi ekosistem yang terotomatisasi, efisien, dan data driven, sehingga memungkinkan skalabilitas pasar tanpa batasan fisik yang signifikan. Dalam penerapannya, teknologi Artificial Intelligence berfungsi meningkatkan pengalaman pelanggan melalui hyper personalization dan layanan pelanggan otomatis, sementara Internet of Things (IoT) mengoptimalkan efisiensi operasional rantai pasok melalui real time asset tracking dan manajemen inventaris cerdas. Lebih lanjut, integrasi model bisnis berbasis langganan atau adaptasi SaaS dalam e-commerce mengubah interaksi transaksional menjadi relasional yang stabil (recurring revenue) bagi perusahaan dan kemudahan layanan berkelanjutan bagi konsumen, yang secara agregat meningkatkan Customer Lifetime Value (CLV).
3. Perancangan program affiliate marketing yang sukses dimulai dengan seleksi mitra strategis yang memiliki relevansi niche tinggi dengan produk, penetapan struktur komisi yang kompetitif namun profitabel seperti yang model cost per sale berjangka, serta standarisasi materi promosi untuk menjamin kualitas pesan yang disampaikan. Di sisi lain, model ini memiliki risiko inheren berupa fraud seperti cookie stuffing atau trafik bot, konflik kepentingan akibat kanibalisasi kata kunci iklan brand bidding, serta ancaman degradasi reputasi jika afiliasi melakukan promosi yang menyesatkan misleading claims. Oleh risiko tersebut melalui penerapan kebijakan terms dan conditions yang ketat, validasi mitra melalui proses vetting, serta penggunaan teknologi tracking canggih untuk audit trafik dan penegakan sanksi tegas terhadap pelanggaran integritas brand.

4. Pemanfaatan analitik media sosial memungkinkan perusahaan Mengekstraksi wawasan perilaku konsumen untuk menyesuaikan strategi pemasaran dan pengukuran KPI kampanye secara presisi. Fluktuasi algoritma yang menekankan jangkauan organik menuntut adaptabilitas tinggi perusahaan melalui diversifikasi konten yang relevan. Sementara tantangan volatilitas sentimen negatif dalam manajemen reputasi wajib diantisipasi dengan social listening proaktif serta penerapan protokol krisis yang responsif dan transparan untuk memulihkan kepercayaan publik secara efektif.