

Name : Argo Adhwarda w
Kelas : 23 PTO B
NPM : 2313025004

1. Langkah-langkah Merancang & membangun Website E-commerce

- Analisis kebutuhan & perancangan

Langkah awal yang paling penting adalah memahami:

- Target Pasar (Usia, gender, perilaku belanja).
- Jenis produk (Fashion, elektronik, makanan, dll).
- Kebutuhan fitur (checkout cepat, wishlist, tracking order, live chat).
- Tujuan bisnis (brand awareness, peningkatan penjualan, ekspansi nasional/internasional)

Output tahap ini biasanya berupa:

- Dokumen kebutuhan sistem (system requirement specification)
- Rancangan fitur prioritas (MVP)
- Estimasi anggaran & timeline
- Desain UI/UX yang menarik & Efektif
 - point penting desain
 - Navigasi jelas (kategori produk tertera rapi).
 - Search bar cerdas dgn auto-suggestion.
 - Foto produk berkualitas

Contoh elemen UI penting:

- Breadcrumb untuk navigasi.
- Filter & sorting.
- Informasi stok & estimasi pengiriman.

- Pengembangan Frontend

Frontend adalah apa yang dilihat pengguna.

- Pengembangan Backend

Backend menangani "mesin" di balik layar.

- Keamanan transaksi

Sangat penting karena ecommerce data pribadi & data pembayaran.

- Skalabilitas sistem

Kemampuan website menampung lonjakan traffic

- Pengujian

- Deployment & maintenance

Pentingnya Integrasi Backend (ERP/CRM) dengan E-Commerce

• Integrasi dengan ERP

contoh alur kerja

1. Pelanggan memesan produk di web
2. Order otomatis masuk ke ERP
3. ERP mengurangi stok real time

Keuntungan

Tidak

1. tidak double data
2. keakuratan stok menurun

Bagaimana semua elemen ini meningkatkan konversi & konversi

- UX Baik → Pengguna Betah → konversi tinggi
- Navigasi Mudah → pelanggan tidak frustrasi

Keamanan

- SSL, enkripsi & secure payment membuat pelanggan merasa aman
- Kepercayaan: Faktor utama yang berani belanja online

2. 1. Efisiensi

- ERP → otomatisasi stok, keuangan, & operasional
- Chatbot AI → layanan pelanggan
- Digital marketing → lebih tepat sasaran

2. Skalabilitas

Teknologi cloud, otomatisasi gudang, & sistem digital memungkinkan bisnis berkembang tanpa harus menambah banyak aset fisik

3. Bisnis yang berbasis Data
- Rencanakan Pelanggan
 - Tren Perawatan
 - Efektifitas Pemasaran

Teknologi pendukung : AI & IoT dan E-commerce

AI

- Rekomendasi produk otomatis → meningkatkan konversi
- Dynamic Pricing → menyesuaikan harga secara real-time

Keuntungan

- mendapatkan pendapatan stabil
- loyalitas pelanggan
- Pengeluaran lebih personal

3. 1. Pilih Afiliasi yg tepat
- Pilih afiliasi yg relevan

2. menyusun struktur Komisi
- Tentukan model komisi : CPS

3. Menyediakan materi promosi

4. Pengawasan & monitoring

4. A. Memahami Prilaku konsumen

- melihat pola Interest
- mengidentifikasi konten yg paling ramai

B. Mengevaluasi strategi pemasaran

- membuat konten berdasarkan tren & preferensi
- menentukan waktu posting terbaik

C. Mengukur Efektivitas kampanye

- menggunakan KPI seperti reach
- membandingkan performa antara kampanye

Dampak Perubahan Algoritma

- mengurangi gangguan organik
- memprioritaskan konten terkini
- mengubah core audience menurut konten

Tantangan:

- komentar negatif menyebarkan cemoah
- isu kecil dpt menjadi viral

Cara mengatasi krisis reputasi