

Nama : Khoirunnisa 'Stiani

NPM : 2213025012

Kelas : PTI 2023 B

UJIAN AKHIR SEMESTER
MATA KULIAH E-COMMERCE (KT1620308)

1. Membangun sebuah online shop yang sukses memerlukan lebih dari sekedar platform e-commerce yang fungsional. Jelaskan langkah-langkah dalam merancang dan membangun website e-commerce yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga menawarkan pengalaman pengguna yang optimal, keamanan transaksi yang tinggi, serta kemampuan skalabilitas yang baik. Jelaskan pula pentingnya integrasi antara sistem backend seperti ERP atau CRM dengan platform e-commerce untuk mendukung pengelolaan inventaris, pemrosesan pemesanan, dan analisis data pelanggan secara real-time. Jelaskan bagaimana elemen-elemen ini dapat berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan dan konversi penjualan.

Jawaban :

Langkah-langkah dalam merancang dan membangun website E-Commerce :

1. Menentukan kebutuhan bisnis, target pengguna, dan fitur inti.
2. Merancang struktur informasi dan alur pengguna (user flow)
3. Mendesain tampilan website yang menarik, konsisten, dan responsif
4. Mengembangkan frontend dan backend dengan fokus pada performa
5. Menerapkan keamanan transaksi (SSL / TLS, Proteksi serangan, dan standar pembayaran)
6. Membangun arsitektur sistem yang skalabel dan fleksibel
7. Mengintegrasikan platform e-commerce dengan ERP / CRM.
8. Melakukan pengujian menyeluruh dan peluncuran
9. Melakukan pemantauan serta pemeliharaan berkelanjutan

Integrasi antara backend seperti ERP atau CRM dengan platform e-commerce penting karena memungkinkan alur operasional berjalan lebih efisien dan terawat. Dengan integrasi tersebut, data stok barang akan diperbarui otomatis sehingga meminimalkan risiko kehabisan atau kelebihan inventaris, pemrosesan pesanan menjadi lebih cepat dan akurat tanpa input manual, serta riwayat transaksi pelanggan dapat dikumpulkan untuk dianalisis secara real-time. Hasil analisis ini membantu bisnis memahami pola pembelian, menentukan strategi promosi yang tepat, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Setiap elemen dalam pembangunan website e-commerce saling mendukung untuk meningkatkan kepuasan dan penjualan. Perencanaan yang tepat membuat fitur sesuai kebutuhan pengguna, alur yg jelas memudahkan proses belanja, dan desain responsif memberi pengalaman yg nyaman. Website yg cepat dan aman meningkatkan kepercayaan saat transaksi. Integrasi ERP / CRM memastikan stok akurat dan pesanan diproses cepat, sehingga pelanggan puas dan lebih mungkin membeli kembali. Dengan demikian, pengalaman belanja yang mudah, aman, dan lancar akan meningkatkan konversi & loyalitas.

2. Dalam konteks digital transformation, bisnis tradisional dihadapkan pada tantangan besar dalam beradaptasi dengan perkembangan pesat teknologi digital. Jelaskan bagaimana konsep bisnis digital dapat mengubah model bisnis tradisional menjadi lebih efisien, skalabel, dan berbasis data. Jelaskan dengan contoh nyata penerapan teknologi terkini, seperti AI dan IOT, yang mendukung efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan dalam ekosistem E-Commerce. Analisis pula bagaimana model bisnis berbasis langganan atau SaaS dapat diintegrasikan dalam platform E-commerce untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dan konsumen.

Jawaban :

Transformasi digital memungkinkan bisnis tradisional beralih menjadi bisnis digital yang lebih efisien, skalabel, dan berbasis data melalui otomatisasi proses, integrasi sistem, serta pemanfaatan teknologi modern. Misalnya, penggunaan Artificial Intelligence (AI) dalam e-commerce membuat rekomendasi produk lebih personal dan mengoptimalkan predictive analytics untuk menentukan stok secara akurat. Sementara itu, Internet Of Things (IOT) dapat digunakan untuk memantau inventaris gudang secara real-time sehingga distribusi barang lebih cepat dan mengurangi risiko stock out. Selain itu, model bisnis Subscription atau Software as a Service (SaaS) dapat diintegrasikan ke platform e-commerce, contohnya layanan membership premium yang memberi akses pengiriman lebih cepat, harga khusus, atau konten eksklusif yang tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga membuka aliran pendapatan berulang bagi perusahaan. Dengan demikian, bisnis lebih responsif terhadap pasar, meminimalkan biaya operasional, dan meningkatkan kepuasan sekaligus konversi pelanggan.

3. Affiliate marketing merupakan model monetisasi yang populer di dunia digital. Jelaskan langkah-langkah yang perlu diambil oleh perusahaan untuk merancang dan mengelola program affiliate marketing yang sukses, termasuk pemilihan afiliasi, struktur komisi, dan pengawasan terhadap kualitas produk yang dipromosikan. Selain itu, analisis potensi risiko periphan, konflik kepentingan, dan penurunan reputasi merek dalam affiliate marketing, serta bagaimana perusahaan dapat mengatasi risiko-risiko ini dengan kebijakan dan mekanisme pengawasan yang tepat.

Jawaban :

Langkah-langkah yang perlu diambil oleh perusahaan untuk merancang dan mengelola program affiliate marketing :

1. Menentukan tujuan dan strategi program untuk memfokuskan upaya meningkatkan penjualan, jangkauan pasar, dan kesadaran merek.
2. Memilih platform atau sistem affiliate agar tracking, pembayaran, dan laporan program berjalan efisien dan transparan.
3. Menyeleksi afiliasi dengan audiens relevan dan reputasi baik untuk memastikan promosi efektif dan terpercaya.
4. Merancang struktur komisi yang kompetitif agar afiliasi termotivasi meningkatkan penjualan produk.
5. Menyediakan materi promosi seperti banner, link, atau konten lain agar promosi mudah dan konsisten dengan brand.

6. Mengawasi kualitas produk dan promosi melalui monitoring serta evaluasi feedback konsumen untuk menjaga standar.

7. Melacak dan menganalisis kinerja afiliasi untuk menyesuaikan strategi dan meningkatkan efektivitas program.

8. Menjalin komunikasi rutin dan memberikan insentif agar afiliasi tetap loyal, aktif, dan termotivasi.

Selain menjalankan strategi affiliate marketing, perusahaan juga perlu hati-hati dengan risiko-risiko yang bisa muncul, seperti penipuan, konflik kepentingan, atau hal-hal yang bisa merusak reputasi merek. Dengan adanya aturan dan pengawasan yang jelas, program ini bisa tetap aman sekaligus berjalan efektif. Berikut merupakan analisis risiko dan mitigasinya dalam affiliate marketing :

1. Potensi risiko penipuan : afiliasi dapat melakukan praktik curang seperti klik link palsu atau manipulasi penjualan, mitigasinya perusahaan dapat mengatasi dengan sistem tracking yang kuat, akurat, audit rutin, dan batasan keamanan pada transaksi.

2. Konflik kepentingan : afiliasi mungkin mempromosikan produk pesaing atau melakukan praktik yang merugikan brand, mitigasinya adalah menetapkan aturan eksklusivitas, kontrak jelas, dan pemantauan konten promosi.

3. Penurunan reputasi merek : promosi yang salah atau misleading dapat merusak citra perusahaan, pencegahannya adalah persetujuan materi promosi, panduan brand, dan evaluasi rutin aktivitas afiliasi.

4. Sosial media marketing telah menjadi salah satu komponen utama dalam strategi pemasaran digital. Jelaskan bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan analitik sosial media untuk memahami perilaku konsumen, menyesuaikan strategi pemasaran, dan mengukur efektivitas kampanye. Analisis juga bagaimana perubahan algoritma platform sosial media memengaruhi jangkauan dan keterlibatan konten, serta bagaimana perusahaan dapat beradaptasi dengan perubahan ini untuk tetap relevan. Sertakan juga tantangan dalam menjaga reputasi merek di platform sosial media dan bagaimana cara perusahaan mengatasi krisis reputasi.

Jawab :

Perusahaan dapat menggunakan analitik sosial media untuk memahami perilaku konsumen dengan memantau interaksi, like, share, komentar, dan demografi audiens. Data ini membantu mengidentifikasi preferensi, minat, dan tren konsumen secara real-time.

Selain itu, analitik memungkinkan konten yang paling menarik agar perusahaan menyesuaikan strategi pemasaran dengan lebih tepat, misalnya menentukan konten yang paling menarik, waktu posting yang optimal, dan saluran yang paling efektif untuk menjangkau target audiens. Analitik sosial media juga berperan dalam mengukur efektivitas kampanye, melalui metrik seperti engagement rate, reach, conversion, dan ROI. Dengan begitu, perusahaan bisa mengevaluasi hasil kampanye, membandingkan performa konten, dan melakukan perbaikan strategi secara berkelanjutan.

Perubahan algoritma platform sosial media juga dapat memengaruhi jangkauan dan

keterlibatan konten, karena algoritma menentukan konten mana yang lebih sering muncul di feed pengguna.

Perusahaan perlu memantau perubahan ini secara rutin dan menyesuaikan strategi konten, misalnya dengan memprioritaskan konten yang lebih interaktif, menggunakan Video atau Stories, serta memanfaatkan fitur baru untuk tetap menjangkau audiens secara optimal.

Selain itu, menjaga reputasi merek di sosial media bisa menjadi tantangan karena komentar negatif atau isu viral bisa menyebar dengan cepat. Perusahaan bisa mengatasinya dengan memantau percakapan, merespons keluhan dengan cepat dan profesional, serta menyajikan rencana komunikasi.

Dengan kombinasi pemantauan algoritma dan strategi manajemen reputasi yang tepat, perusahaan dapat tetap relevan, menjaga kepercayaan konsumen, dan memaksimalkan efektivitas kampanye sosial media.