

Nama : Jenita Alexandra Keber
NPM : 2213020062
prodi : Pendidikan Teknologi Informasi
UAS MK : e-commerce

Jawaban

1. Membangun website e-commerce yang sukses perlu desain yang menarik, navigasi mudah, loading cepat, dan proses checkout yang sederhana. Keamanan transaksi harus dijaga melalui SSL dan sistem pembayaran yang terlindung. Website juga perlu scalable agar tetap stabil saat trafik tinggi.

Integrasi dengan ERP dan CRM membuat stok, pesanan dan data pelanggan, belanja lebih nyaman dan akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan dan penjual.

2. Konsep bisnis digital memungkinkan model bisnis tradisional berubah menjadi lebih efisien dan skalabel. Karena seluruh proses dijalankan secara otomatis, terukur dan berbasis data. Dengan digitalisasi perusahaan dapat mengurangi pekerjaan manual, mempercepat pengembangan produk serta membantu operasi secara real time.

Contoh penerapannya terlihat pada penggunaan AI untuk rekomendasi produk, chat bot layanan pelanggan hingga analisis perilaku belanja yang membuat interaksi pengguna lebih personal. IoT juga digunakan untuk membantu inventaris otomatis, pemantauan pengiriman atau mengontrol gudang secara real time sehingga operasional menjadi lebih cepat dan akurat.

Model bisnis berbasis langganan atau SaaS dapat diintegrasikan dalam platform e-commerce, misalnya layanan membership, premium, akses aplikasi manajemen toko atau fitur otomatis pemasaran berbayar. Model ini memberikan pendapatan berulang bagi perusahaan dan nilai tambah bagi konsumen karena mereka mendapatkan layanan yang lebih lengkap, stabil dan mudah digunakan.

Pendekatan ini dapat menjadikan bisnis lebih adaptif, efisien dan berorientasi pada data, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan peluang pertumbuhan jangka panjang.

3. Untuk menjalankan program affiliate marketing yang sukses, perusahaan perlu memilih affiliate yang relevan dengan target pasar, memiliki reputasi baik dan gaya konten yang sesuai dengan brand. Struktur komisi harus jelas, adil dan mampu mendorong kinerja affiliate, misalnya komisi. Misalnya komisi berdasarkan penjualan atau klik yang valid. Selain itu, kualitas produk yang dipromosikan harus sejalan dengan menyediakan materi promosi resmi agar pesan yang

dilampirkan tetap konsisten.

Reputasi yang dapat muncul antara lain (seperti klik palsu), kontrik kepembinaan, hingga promosi berlebihan yang merusak reputasi brand. Perusahaan dapat mengatasinya dengan ~~menarik~~ menerapkan aturan kerja sama yang ketat, sistem pelacakan yang akurat, audit rutin, serta pemantauan konten afiliasi. Dengan pengawasan yang baik, program afiliasi marketing dapat berjalan efektif tanpa mengorbankan kepercayaan konsumen maupun citra perusahaan.

4. Perusahaan dapat memanfaatkan analitik sosial media untuk melihat tren perilaku konsumen seperti, jenis konten yang diminati, waktu aktif pengguna, serta respon terhadap kampanye. Dari data ini, strategi pemasaran bisa disesuaikan agar lebih tepat sasaran dan hasil kampanye dapat diukur melalui metrik seperti engagement, reach dan conversion.

Perubahan algoritma sosial media sering mempengaruhi jangkauan konten kerena platform cenderung menampilkan postingan yang dinilai lebih relevan dan interaktif. Untuk tetap relevan perusahaan tetap melakukan konten yang lebih kreatif, interaktif dan konsisten serta memanfaatkan fitur yang ditawarkan setiap platform.

Dalam era reputasi, tantangan yang akan penyebaran informasi yang sangat cepat. termasuk komentar negatif, kritik kritis reputasi. Perusahaan perlu merespon dengan cepat, transparansi dan profesional sambil memberikan solusi yang luas yang jelas. Pendekatan ini sangat diperlukan untuk membantu menjaga kepercayaan publik dan meminimalkan dampak negatif terhadap brand.