



UJIAN AKHIR SEMESTER

e-COMMERCE

Dosen Pengampu : Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd.

Fanni Rahmawati, S.Pd., M.Pd.

=====

Petunjuk:

- ✓ UAS dilaksanakan secara **take home exam** dengan lama pengerjaan satu pekan;
- ✓ Penyerahan jawaban UAS di *vclass* dengan format file **nama-npm-uas-asp filetype.pdf** paling telat tanggal 12 Desember 2025;
- ✓ **Tidak ada toleransi** dalam bentuk apapun jika terdapat jawaban hasil mencontek, menjiplak, copy paste dalam bentuk apapun baik antar teman maupun dari internet; Jika terindikasi akan disanksi nilai E.
- ✓ **Tuliskan referensi** jika jawaban Anda mengutip dari pendapat orang lain atau dari sumber buku atau jurnal,
- ✓ Sertakan **foto proses** saat pengerjaan soal ujian!

SOAL 1:

Sebuah perusahaan bernama "BerkahStore" adalah sebuah platform e-commerce yang menjual berbagai macam produk teknologi seperti: smartphone, laptop, dan aksesoris komputer. Dalam beberapa tahun terakhir, BerkahStore telah berhasil memperoleh banyak pelanggan. Namun akhir-akhir ini mereka mengalami penurunan penjualan meskipun jumlah pengunjung di situs web mereka meningkat.

BerkahStore melakukan analisis dan menemukan bahwa meskipun banyak pengunjung yang datang ke situs, tidak banyak yang menyelesaikan pembelian. Mereka juga menyadari bahwa pesaing di pasaran mulai menawarkan pengiriman gratis dan diskon yang lebih besar, serta kemudahan dalam proses pembayaran menggunakan dompet digital.

Diminta:

1. Menurut Anda, mengapa meskipun banyak pengunjung yang datang, tidak banyak yang menyelesaikan pembelian di situs BerkahStore? Jelaskan faktor-faktor apa sajakah yang mungkin mempengaruhi hal ini.
2. Cobalah identifikasi beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh BerkahStore untuk meningkatkan konversi penjualan dan mengalahkan pesaing di pasaran.

SOAL 2:

Sebuah toko online bernama "Modissta" yang menjual pakaian dan aksesoris fashion ingin meningkatkan penjualannya. Mereka memiliki akses ke banyak data pelanggan, termasuk histori pembelian, usia, jenis kelamin, dan preferensi produk. Namun, Modissta belum maksimal dalam menggunakan data tersebut untuk merancang strategi pemasaran yang tepat.

Modissta ingin memanfaatkan data pelanggan untuk meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran mereka dan menyesuaikan penawaran dengan kebutuhan masing-masing pelanggan.

Diminta:

1. Menurut Anda, bagaimanakah Modissta dapat memanfaatkan data pelanggan untuk merancang kampanye pemasaran yang lebih efektif?
2. Cobalah identifikasi apa sajakah keuntungan yang dapat diperoleh dengan menggunakan pendekatan pemasaran berbasis data di e-commerce?

Selamat Mengerjakan, Semoga Sukses.