

**Nama** : Laila Asia Somad  
**NPM** : 2413031005  
**MK** : Evaluasi Pembelajaran Ekonomi

### SOAL PILIHAN GANDA

1. Perhatikan ilustrasi berikut!

Sebuah toko *online* di marketplace mengalami penurunan jumlah pembeli meskipun sering memberikan diskon besar. Setelah dianalisis, banyak konsumen memberikan ulasan negatif terkait lambatnya pengiriman dan kualitas produk yang tidak sesuai gambar.

Berdasarkan ilustrasi tersebut, faktor utama yang menyebabkan menurunnya minat konsumen dalam *e-commerce* adalah ....

- A. harga produk yang terlalu murah
- B. jumlah promosi yang terlalu sedikit
- C. ketidaksesuaian antara ekspektasi dan pelayanan toko
- D. penggunaan marketplace yang kurang populer
- E. banyaknya pilihan produk di marketplace

2. Perhatikan data berikut!

Marketplace	Rating	Gratis Ongkir	Pengiriman
A	4,9	YA	Cepat
B	4,3	TIDAK	Lambat
C	4,8	YA	Cepat

Dari data tersebut dapat dianalisis bahwa faktor yang paling memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah ....

- A. lokasi kantor marketplace
- B. warna aplikasi marketplace
- C. kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi
- D. jumlah pegawai perusahaan
- E. ukuran gudang penyimpanan barang

3. Sebuah UMKM mulai menggunakan *e-commerce* untuk memperluas pasar. Penjualan meningkat, tetapi keuntungan tetap kecil karena biaya iklan digital terlalu besar.

Evaluasi yang paling tepat terhadap kondisi tersebut adalah ....

- A. UMKM harus berhenti berjualan online
- B. promosi digital tidak penting dalam bisnis
- C. strategi pemasaran digital perlu dibuat lebih efisien
- D. harga produk harus selalu dinaikkan
- E. *marketplace* tidak cocok bagi UMKM

4. Banyak konsumen lebih memilih belanja online karena mudah membandingkan harga dan ulasan produk. Namun, beberapa konsumen justru membeli barang yang tidak dibutuhkan akibat promo besar-besaran.

Berdasarkan fenomena tersebut, dampak negatif *e-commerce* bagi perilaku konsumen adalah ....

- A. meningkatkan efisiensi waktu belanja
  - B. memperluas pilihan produk
  - C. mendorong perilaku konsumtif masyarakat
  - D. mempercepat distribusi barang
  - E. meningkatkan daya saing penjual
5. Sebuah perusahaan *e-commerce* ingin meningkatkan loyalitas pelanggan agar tidak hanya membeli saat promo berlangsung. Strategi paling efektif yang dapat dilakukan adalah ....
- A. menaikkan biaya pengiriman
  - B. mengurangi kualitas produk
  - C. membuat program membership dan pelayanan yang baik
  - D. membatasi metode pembayaran
  - E. mengurangi variasi produk
6. Perhatikan kasus berikut!  
Banyak toko tradisional mengalami penurunan pendapatan sejak berkembangnya *e-commerce*. Pemerintah ingin membantu pelaku usaha tradisional tetap bertahan di era digital.  
Kebijakan yang paling tepat adalah ....
- A. melarang transaksi online
  - B. membatasi penggunaan smartphone
  - C. memberikan pelatihan digital kepada pelaku usaha tradisional
  - D. menutup seluruh marketplace asing
  - E. menaikkan pajak internet
7. Sebuah toko *online* memiliki banyak pengunjung, tetapi jumlah pembelian sangat sedikit. Setelah dianalisis, tampilan produk kurang jelas dan metode pembayaran terbatas. Masalah utama toko *online* tersebut adalah ....
- A. harga produk terlalu murah
  - B. strategi pelayanan digital kurang efektif
  - C. jumlah pesaing terlalu sedikit
  - D. promosi terlalu banyak
  - E. kualitas internet konsumen rendah
8. Perusahaan *e-commerce* memberikan promo "*flash sale*" setiap malam. Akibatnya, penjualan meningkat tajam tetapi banyak konsumen membeli barang tanpa mempertimbangkan kebutuhan.  
Penilaian yang tepat terhadap strategi tersebut adalah ....
- A. *flash sale* hanya menguntungkan konsumen
  - B. *flash sale* tidak berpengaruh terhadap penjualan
  - C. *flash sale* efektif meningkatkan penjualan tetapi dapat mendorong perilaku impulsif
  - D. *flash sale* menyebabkan semua toko offline tutup
  - E. *flash sale* mengurangi penggunaan internet
9. Sebuah marketplace ingin mengurangi kasus penipuan *online* yang sering merugikan konsumen. Solusi terbaik yang dapat diterapkan adalah ....
- A. menghapus fitur ulasan pembeli

- B. membatasi jumlah produk
- C. memperketat verifikasi penjual dan sistem pembayaran aman
- D. menaikkan biaya administrasi seluruh toko
- E. mengurangi jumlah pengguna baru

10. Perhatikan ilustrasi berikut!

Seorang konsumen lebih memilih membeli barang dari toko dengan rating tinggi meskipun harganya sedikit lebih mahal dibanding toko lain.

Perilaku tersebut menunjukkan bahwa konsumen dalam *e-commerce* lebih mempertimbangkan ....

- A. ukuran gudang penjual
- B. kepercayaan dan kualitas layanan
- C. jumlah iklan produk
- D. warna kemasan produk
- E. lokasi toko *offline*

11. Sebuah bisnis online mengalami penurunan penjualan karena banyak pesaing menawarkan harga lebih murah. Jika Anda menjadi pemilik usaha, strategi terbaik untuk mempertahankan pelanggan adalah ....

- A. menurunkan kualitas produk
- B. mengurangi pelayanan pelanggan
- C. meningkatkan kualitas produk dan pelayanan
- D. menghentikan promosi digital
- E. membatasi transaksi *online*

12. Banyak masyarakat memilih pembayaran digital dalam transaksi *e-commerce* karena dianggap lebih praktis. Namun, penggunaan dompet digital yang berlebihan dapat menimbulkan risiko ....

- A. meningkatnya jumlah toko *offline*
- B. berkurangnya penggunaan internet
- C. perilaku konsumtif akibat kemudahan transaksi
- D. menurunnya perkembangan teknologi
- E. terbatasnya pilihan produk

13. Sebuah toko *online* sering memberikan informasi produk yang berlebihan agar menarik perhatian konsumen. Setelah banyak komplain muncul, reputasi toko menjadi buruk. Evaluasi yang paling tepat terhadap strategi toko tersebut adalah ....

- A. promosi berlebihan dapat menurunkan kepercayaan konsumen
- B. semua promosi digital harus dihentikan
- C. konsumen tidak memperhatikan kualitas produk
- D. harga murah lebih penting daripada kejujuran
- E. rating toko tidak memengaruhi penjualan

14. Perhatikan fenomena berikut!

Banyak pelaku usaha kecil berhasil meningkatkan penjualan setelah memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi.

Kesimpulan yang tepat dari fenomena tersebut adalah ....

- A. *e-commerce* mempersempit pasar usaha kecil

- B. media digital membantu memperluas jangkauan pemasaran
  - C. usaha kecil tidak membutuhkan inovasi
  - D. toko *offline* tidak diperlukan lagi
  - E. promosi online hanya efektif bagi perusahaan besar
15. Sebuah perusahaan *e-commerce* ingin meningkatkan keamanan data pelanggan agar tidak terjadi kebocoran informasi pribadi. Langkah terbaik yang dapat dilakukan adalah ....
- A. menyebarkan data pelanggan kepada pihak lain
  - B. mengurangi sistem keamanan aplikasi
  - C. menggunakan sistem enkripsi dan verifikasi akun
  - D. membatasi penggunaan password
  - E. menghapus fitur transaksi digital
16. Perhatikan ilustrasi berikut!  
Seorang pembeli merasa kecewa karena barang yang dibeli secara online tidak sesuai foto promosi. Akibatnya, pembeli memberikan ulasan buruk dan tidak ingin membeli lagi di toko tersebut.  
Dampak utama dari kejadian tersebut terhadap penjual adalah ....
- A. meningkatnya loyalitas pelanggan
  - B. bertambahnya keuntungan toko
  - C. menurunnya reputasi dan kepercayaan konsumen
  - D. meningkatnya jumlah promosi
  - E. berkurangnya persaingan bisnis
17. Sebuah marketplace menerapkan fitur "*paylater*" untuk menarik lebih banyak pengguna. Namun, sebagian konsumen menjadi sulit mengontrol pengeluaran mereka.  
Penilaian yang paling tepat mengenai penggunaan fitur tersebut adalah ....
- A. *paylater* selalu menguntungkan konsumen
  - B. *paylater* dapat mempermudah transaksi tetapi berisiko meningkatkan utang konsumtif
  - C. *paylater* mengurangi penggunaan *e-commerce*
  - D. *paylater* tidak memengaruhi perilaku konsumen
  - E. semua konsumen mampu menggunakan *paylater* dengan bijak
18. Banyak bisnis *online* menggunakan influencer untuk mempromosikan produk mereka di media sosial. Jika Anda menjadi pemilik usaha, cara paling efektif agar promosi *influencer* berhasil adalah ....
- A. memilih *influencer* tanpa melihat target pasar
  - B. menggunakan promosi tanpa strategi
  - C. memilih *influencer* yang sesuai dengan produk dan konsumen sasaran
  - D. mengurangi kualitas produk
  - E. menghapus ulasan pembeli

19. Perhatikan Data Berikut!

Tahun	Jumlah Transaksi e-commerce
2023	Meningkat
2024	Meningkat Tajam
2025	Sangat Tinggi

Berdasarkan data tersebut, dapat dianalisis bahwa perkembangan *e-commerce* dipengaruhi oleh ....

- A. menurunnya penggunaan *internet*
  - B. meningkatnya kebutuhan transaksi digital masyarakat
  - C. berkurangnya penggunaan *smartphone*
  - D. rendahnya inovasi teknologi
  - E. sedikitnya pilihan *marketplace*
20. Sebuah perusahaan *e-commerce* ingin tetap unggul dalam persaingan bisnis digital yang semakin ketat. Strategi inovatif yang paling tepat dilakukan adalah ....
- A. mengurangi kualitas layanan pelanggan
  - B. mempertahankan sistem lama tanpa perubahan
  - C. mengembangkan teknologi aplikasi dan meningkatkan pengalaman pengguna
  - D. membatasi variasi produk
  - E. mengurangi kecepatan pengiriman barang

**KUNCI JAWABAN**

1.	B	11.	C
2.	C	12.	C
3.	C	13.	A
4.	C	14.	B
5.	C	15.	C
6.	C	16.	C
7.	B	17.	B
8.	C	18.	C
9.	C	19.	B
10.	B	20.	C