

Sistem Informasi E-Commerce untuk Layanan Top Up Game dan Voucher
Digital Berbasis Web pada GameStore

Diajukan untuk menyelesaikan tugas matakuliah
Bisnis Elektronik pada program studi Teknik Informatika



Disusun Oleh :
Muhammad Dzaki Abiyyu (312210381)

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS PELITA BANGSA

2025

Link Github : <https://dzakiabiyyu.github.io/>

1. Latar Belakang

- Relevansi dengan Tren: Menggabungkan fungsi e-commerce dengan estetika desain yang disukai komunitas gamer (gelap, neon, futuristik) menjadi nilai tambah dibanding kompetitor konvensional.
- Permintaan Pasar yang Stabil: Kebutuhan akan item/skin eksklusif dalam game kompetitif (seperti Mobile Legends, PUBG Mobile, Valorant) terus ada setiap musim (season) baru.
- Efisiensi Operasional: Sebagai produk digital, tidak ada biaya pergudangan dan risiko kerusakan barang fisik. Transaksi dapat diproses secara otomatis (real-time).
- Peluang Skalabilitas: Model bisnis ini mudah dikembangkan, mulai dari menambah variasi game hingga ekspansi ke produk PPOB (Pulsa, Token Listrik) di masa depan.

1.2 Target Pasar

GameStore menargetkan segmen pasar yang spesifik namun masif, yaitu:

1. Gamer Mobile & PC (Usia 15-35 Tahun): Kelompok demografi utama (Gen Z dan Milenial) yang aktif bermain game online dan terbiasa dengan transaksi digital.
2. Komunitas Esports: Pemain kompetitif yang memprioritaskan kecepatan transaksi agar tidak ketinggalan momen penting atau event limited time.
3. Pengguna Non-Bankable: Gamer muda yang mungkin belum memiliki rekening bank, difasilitasi dengan metode pembayaran inklusif seperti E-Wallet (GoPay, DANA) dan QRIS.

2. Strategi Copywriting

Untuk memaksimalkan tingkat konversi (conversion rate) dan membangun kepercayaan pengguna, GameStore menerapkan dua teknik copywriting utama pada antarmuka website:

- Teknik PAS (Problem - Agitation - Solution)

Teknik ini digunakan secara spesifik pada Halaman Beranda (Hero Section & Banner) untuk menyentuh sisi emosional pengguna dan menawarkan solusi konkret.

1. Problem (Masalah): Mengidentifikasi kendala utama yang sering dialami oleh gamer saat melakukan top up.
2. Agitation (Agitasi/Keresahan): Mempertegas dampak negatif dari masalah tersebut agar pengguna merasa masalah ini harus segera diselesaikan.
3. Solution (Solusi): Menawarkan GameStore sebagai jawaban terbaik dengan menonjolkan keunggulan layanan (kecepatan & garansi).

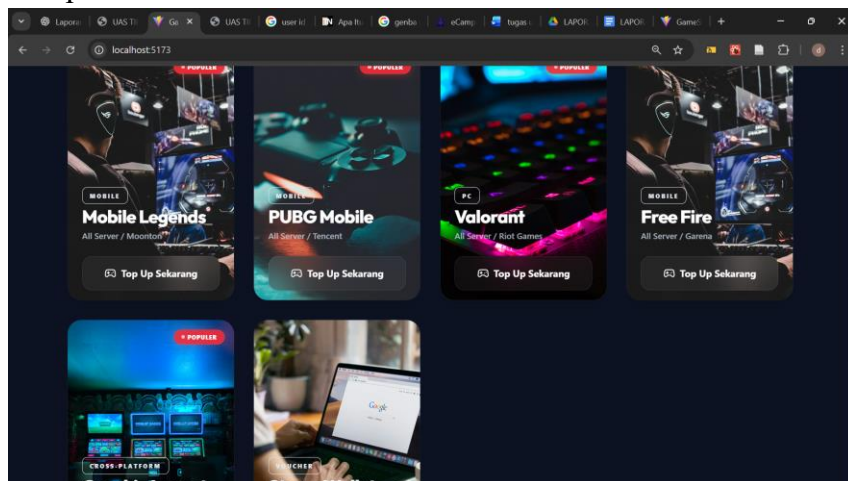
- Micro-copy & Call-to-Action (CTA)

Penggunaan teks singkat namun persuasif pada elemen navigasi dan tombol interaksi untuk mengarahkan perilaku pengguna.

1. Direct & Action-Oriented CTA: Tombol tidak menggunakan kata pasif, melainkan kata kerja aktif yang mengajak pengguna bertindak.
2. Social Proof (Bukti Sosial): Menambahkan elemen kepercayaan (trust badge) di area vital (Hero Section) untuk meyakinkan pengguna baru.
3. Power Words: Menggunakan kata-kata yang membangkitkan rasa aman dan eksklusivitas.

3. Alur Proses

- Tampilan Utama



- Alur tambah produk digital diamond

