



# Membangun **Website** **Ecommerce** yang Menarik

PT. LOGIQUE DIGITAL INDONESIA © 2020

# KEY POINTS

---

1

Situs *Ecommerce* yang Menarik

2

Pentingnya Peran Konten dalam *Ecommerce*

3

Membangun website content dan *commerce*

4

Merancang website yang *User-Friendly*

5

Kebutuhan *Ecommerce* yang sesuai bisnis Anda



# Website *Ecommerce* yang Menarik

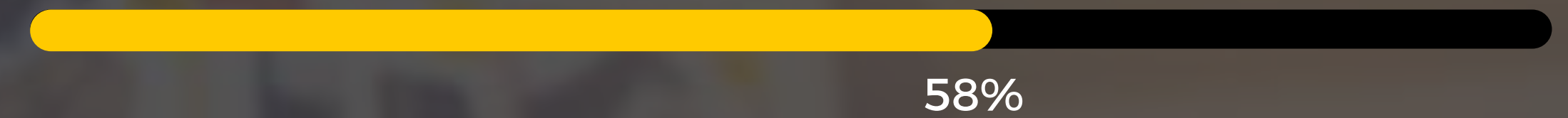
Situs Anda dapat dikatakan sukses masuk ke dunia online jika situs Anda didatangi pengunjung. Namun bagaimanakah cara mempertahankan pengunjung tersebut sampai terjadinya transaksi? Dan bagaimana caranya agar mereka kembali lagi ke situs Anda setelah pembelian pertama tersebut?

Tidaklah cukup hanya dengan alur pembayaran yang cepat dan navigasi yang mudah, karena semua situs *ecommerce* diharapkan memiliki standar dasar seperti ini, terutama situs-situs *ecommerce* raksasa yang memiliki standar sangat tinggi.

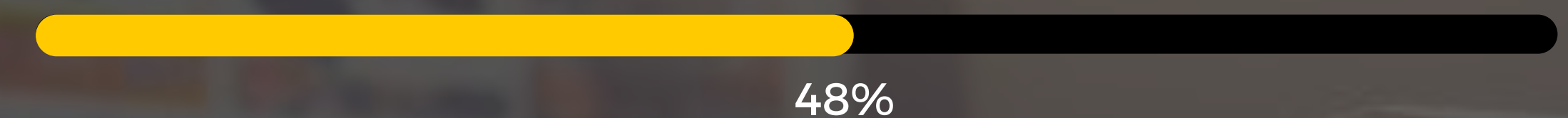
Belanja online telah berubah secara signifikan selama beberapa tahun terakhir. Namun perubahan paling drastis dirasakan setelah situasi pandemic Covid-19. Berdasarkan penelitian oleh McKinsey & Company, konsumen cenderung mencari berbagai metode belanja secara online yang baru. Metode belanja baru termasuk dengan O2O (online to offline), drive thru dengan pemesanan online, maupun aplikasi *delivery*.

## Perubahan Perilaku Belanja Masyarakat Indonesia Setelah Covid-19

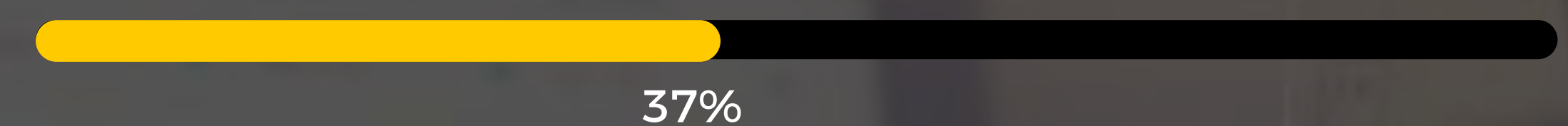
New Digital Shopping Method



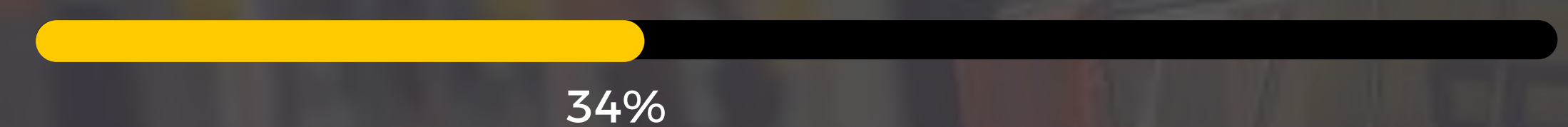
New Shipping Method



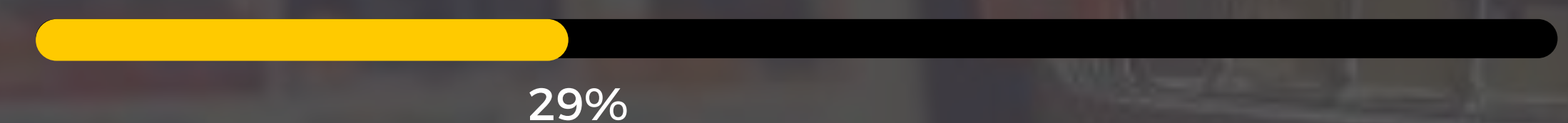
Different Brand



Private Label / Store Brand



Different Retailer / Store / Website



**92% consumers have tried a new shopping behavior**

Source: McKinsey & Company Covid-19 Indonesia Consumer Pulse Survey  
6/19-6/21/2020, n – 726, sampled to match Indonesia's general population 20+ years.





Dari data Bain & Company dan Facebook, kawasan Asia Tenggara mengalami peningkatan pembelian online selama pandemi COVID-19, dan ini akan terus mengalami peningkatan meski pandemi COVID-19 mulai berakhir. Sistem belanja online dan juga pembayaran online dinilai lebih praktis daripada proses offline. Aktivitas belanja online bertumbuh besar, hingga tiga kali lipat.



Melihat perubahan perilaku ini, tentu semakin banyak pelaku bisnis yang membangun metode belanja online yang semakin inovatif. Konsumen juga semakin pintar dalam memilih dan meneliti sebelum melakukan pembelian.

Anda bersaing dengan semakin banyak pemain di industri yang sama dengan Anda. Meskipun dengan internet, bisnis Anda dapat diakses secara lebih luas, namun membangun loyalitas merek adalah tantangan yang cukup berat. Tujuannya adalah untuk menciptakan interaksi dan pengalaman berbelanja yang unik melampaui transaksi biasa.



# Pentingnya Peran Konten dalam *Ecommerce*

Situs web ecommerce memiliki dua kategori yaitu **immersive** dan transaksional. Perbedaan yang jelas dari keduanya adalah dari sisi konten.

## Situs web immersive

Situs web immersive mengajak penggunanya untuk mendapatkan pengalaman yang mirip dengan berbelanja di toko, di mana mereka dapat menemukan berbagai konten seputar produknya. Dewasa ini situs immersive banyak diaplikasikan dengan menggunakan berbagai teknologi terdepan seperti:

- **Augmented Reality**

Augmented reality (AR) adalah pengalaman interaktif yang mengkombinasikan dunia nyata dan virtual. AR menggunakan teknologi kamera dan layer smartphone untuk menambahkan lapisan informasi yang disimulasikan komputer di atas dunia nyata. AR dapat dianggap sebagai peningkatan dunia di sekitar Anda. Berbeda dengan VR yang menciptakan dunia virtual baru, AR hanya menambahkan atau mengurangi informasi yang sudah ada. Untuk telepon selular, AR cukup populer dan pasarnya bertumbuh pesat.

- **Digital Twins**

Digital Twins merupakan model virtual yang hampir persis dari objek, proses, atau sistem kehidupan nyata. Teknologinya mengacu pada replika digital dari aset fisik potensial dan aktual, proses, orang, tempat, sistem, dan perangkat yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan. Mereka paling sering digunakan di bidang manufaktur atau teknik untuk mensimulasikan benda-benda fisik untuk tujuan mengoptimalkan atau mempelajari bagaimana mereka berperilaku sebelum membangunnya. Namun digital twins juga dapat digunakan dalam e-commerce dalam meningkatkan engagement dan *Return On Investment* (ROI). Digital Twin menggunakan data-data dari dunia nyata seperti ilmu fisika, perilaku konsumen, dan variable lainnya untuk menguji performance dari Digital Twin tersebut.



# Pentingnya Peran Konten dalam *Ecommerce*

Situs web ecommerce memiliki dua kategori yaitu **immersive** dan transaksional. Perbedaan yang jelas dari keduanya adalah dari sisi konten.

- **Virtual Reality**

Virtual reality (VR) membenamkan pengguna di dalam simulasi digital yang dapat mereka gunakan untuk berinteraksi. Merangsang indra sebanyak mungkin adalah kunci untuk memastikan pengguna merasa seperti mereka benar-benar berada di lingkungan virtual tersebut. Sebagian besar pengalaman VR (tetapi tidak semua) akan menggunakan perangkat keras khusus untuk melakukannya. VR maupun AR juga cocok digunakan dalam industri property dan real estate di mana pengguna dapat membayangkan unit properti terlihat seperti nyata.

- **360° Content**

Teknologi ini sesuai untuk kondisi saat ini di mana pengguna tidak dapat melakukan banyak travel. Teknologi ini dapat menciptakan pengalaman virtual tour yang sangat menarik karena konten 360° adalah foto atau video yang dapat Anda "jelajahi". Seperti namanya, foto dan video 360° diambil ke segala arah pada waktu yang sama dan memungkinkan Anda memutar sudut tampilan untuk melihat apa yang "di sekitar Anda" saat Anda melihat video / gambar.

# Pentingnya Peran Konten dalam *Ecommerce*

---

Situs web ecommerce memiliki dua kategori yaitu immersive dan **transaksional**. Perbedaan yang jelas dari keduanya adalah dari sisi konten.

## Situs web transaksional

Situs web transaksional menyediakan layanan transaksi melalui institusi keuangan seperti bank atau e-money bagi penggunanya dalam membeli produk atau layanan dari website tersebut. Tujuan utama dari situs ini adalah menyediakan pengalaman belanja yang cepat, mudah, aman, dan seefisien mungkin bagi pengguna.

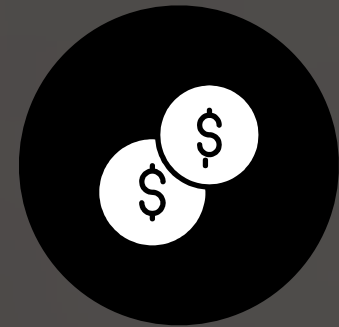
Tipe transaksi yang digunakan di situs web transaksional meliputi online banking, financial account management, pembayaran tagihan, retail purchases, sampai peminjaman uang.

Situs web transaksional biasa menggunakan layanan Payment Gateway yang merupakan layanan merchant yang disediakan oleh penyedia layanan aplikasi untuk *ecommerce* yang mengesahkan kartu kredit atau pembayaran untuk transaksi online.



# Metode pembayaran yang sering digunakan dewasa ini sebagai berikut :

---



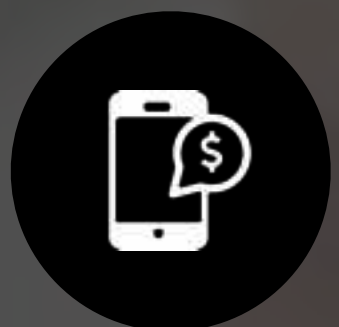
## Credit and Bank Transfer

Dengan menggunakan layanan payment gateway, transaksi dengan kartu kredit menjadi lebih aman dikarenakan adanya verifikasi ganda. Untuk bank transfer terdapat beberapa metode seperti pembayaran melalui ATM atau online banking.



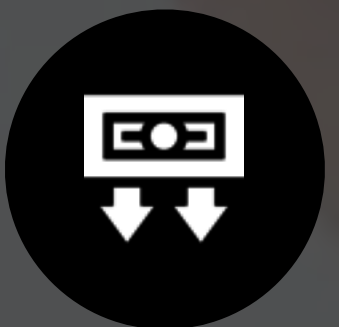
## E-Money dan E-Wallet

E-money memiliki beberapa perbedaan dengan E-wallet, namun dewasa ini mulai bermunculan layanan yang menggabungkan keduanya. E-money sendiri merupakan aplikasi untuk menyimpan uang digital dalam jumlah tertentu yang dapat digunakan untuk pembayaran. E-wallet sendiri merupakan layanan yang dapat menggabungkan beberapa akun bank atau e-money dalam 1 wadah.



## Mobile Payment

Mobile Payment adalah pembayaran untuk transaksi online melalui device seperti tablet atau telepon genggam. Contoh dari mobile payment adalah Alipay, Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay.



## Direct Deposit

Direct deposit dapat dimanfaatkan dalam situs e-commerce seperti untuk keperluan refund, di mana penjual cukup mengembalikan dana dalam bentuk deposit yang dapat dipakai oleh pembeli untuk transaksi lainnya. Biasanya terdapat jumlah maksimal untuk direct deposit ini.



# Membangun Website Konten dan *Ecommerce*

Konten sangat penting untuk membangun *ecommerce* yang mudah diingat. Berikutnya akan dibahas mengenai berbagai cara untuk mengintegrasikan *ecommerce* dan konten agar pengunjung tetap setia berada di website Anda.

## 1. Konten dan *Ecommerce*

Kunci dari *integrated commerce* dan strategi konten adalah Anda menarik dua tipe pembeli – mereka yang siap membeli dan mereka yang ingin melakukan penelitian terlebih dahulu. Anda akan melihat bahwa banyak pebisnis yang mengutamakan konten di situs web mereka. Beranda mereka akan menampilkan navigasi yang memungkinkan pengguna mengaksesnya dengan cepat.



# Membangun Website Konten dan *Ecommerce*

---

Konten sangat penting untuk membangun *ecommerce* yang mudah diingat. Berikutnya akan dibahas mengenai berbagai cara untuk mengintegrasikan *ecommerce* dan konten agar pengunjung tetap setia berada di website Anda.

## 2. Membuat *custom content*

Jika strategi konten Anda hanya berfokus pada peningkatan SEO situs web Anda, pertahankan sebuah blog sudah cukup. Tetapi jika Anda ingin meningkatkan situs web Anda sebagai alat konversi, maka content harus lebih diutamakan. Untuk memiliki strategi konten yang kokoh, Anda membutuhkan tim khusus seperti editor, ahli strategi konten dan designer web.





# Membangun Website Konten dan *Ecommerce*

---

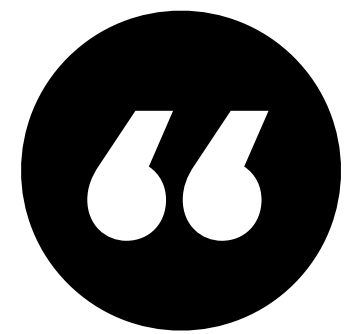
Konten sangat penting untuk membangun *ecommerce* yang mudah diingat. Berikutnya akan dibahas mengenai berbagai cara untuk mengintegrasikan *ecommerce* dan konten agar pengunjung tetap setia berada di website Anda.

## 3. Interactive Content

Salah satu daya tarik dari e-commerce website adalah interactive content yang di dalamnya user dapat berinteraksi dengan website tersebut, seperti melihat detail produk lebih jelas dengan memperbesar gambar dari produk tersebut ataupun mengganti warna dari produk tersebut.







Hal yang harus diperhatikan dalam membangun website e-commerce interactive adalah :

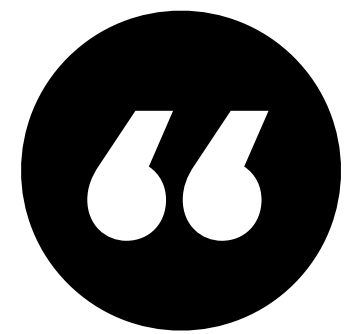
### 1. Platform e-commerce (store)

Di mana sebagai seorang penjual di e-commerce dapat dengan mudah menampilkan barang yang dijual di website e-commerce dengan memastikan ketersediaan barang dan harga (SKU) yang dicantumkan sudah sesuai.

### 2. JavaScript

JavaScript dalam e-commerce sangat diperlukan, karena javascript bersifat sebagai jembatan yang menerima respon dari user berupa klik atau action tertentu dan menerjemahkannya ke dalam sistem sehingga interaksi dua arah antara user dan website terjadi.





Hal yang harus diperhatikan dalam membangun website e-commerce interactive adalah :

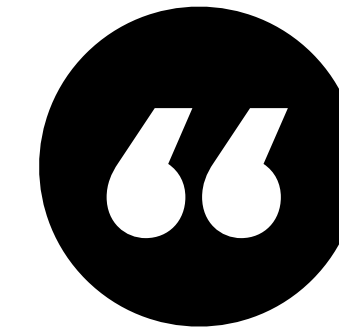
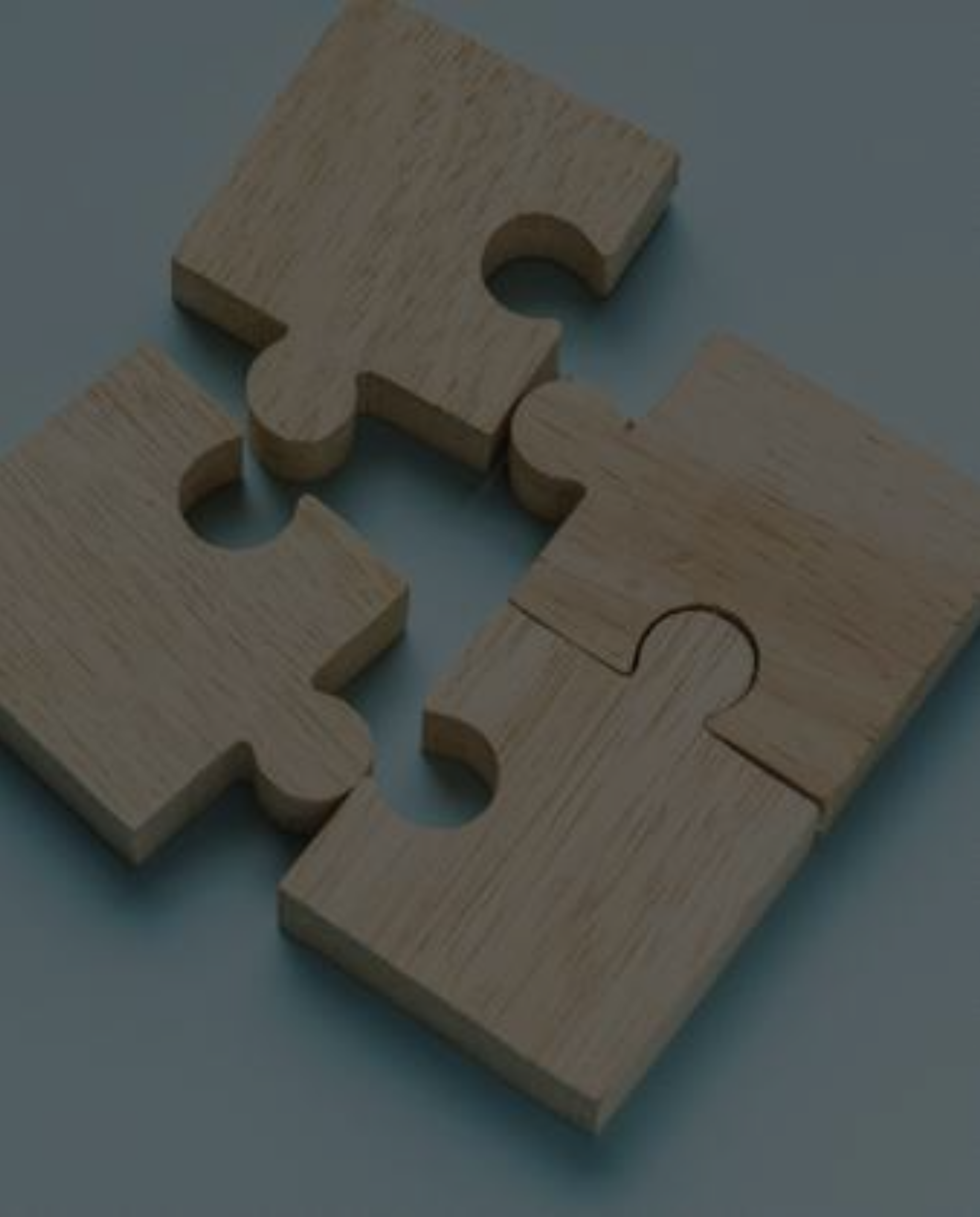
### 3. Front End & UX

Untuk memberikan kenyamanan saat belanja di situs *ecommerce*, front-end dan UX yang baik sangatlah dibutuhkan. Step yang mudah dan informasi yang jelas adalah kunci untuk mendapatkan konversi.

### 4. The Image

Image dalam *ecommerce* sangatlah dibutuhkan, karena user tidak bisa melihat langsung, jadi komposisi dan pencahayaan yang baik pada gambar akan jadi salah satu faktor penentu untuk user membeli suatu produk di *ecommerce*.





Banyak kesalahan ketika orang atau perusahaan membangun sebuah website e-commerce. Mereka selalu berpikir tentang bagaimana membangun sebuah website tanpa mempertimbangkan banyak hal. Contohnya seperti teknologi yang akan digunakan, data apa saja yang harus dikumpulkan, konten strategi seperti apa yang ingin dilakukan, dan komunikasi seperti apa yang akan disampaikan ke user. Hal ini sangat penting ketika Anda berencana membangun sebuah website dengan konsep yang matang.



# Merancang website yang User-Friendly



## Information Architecture

Apabila semua produk ditampilkan di dalam satu halaman website, sehingga terlihat penuh dan struktur dari pemasangan banner dan promosi yang ditampilkan dalam satu halaman tidak tertata dengan baik, user akan sulit melihat informasi yang ingin kita sampaikan dan sajikan di dalam website tersebut. User akan sulit melakukan transaksi di dalam halaman website sehingga konversi sulit terjadi.

Melihat dari masalah di atas, untuk membangun website e-commerce yang baik dibutuhkan sistem yang dinamakan informasi arsitektur, di mana di dalamnya semua menu, tata letak, serta filter akan terorganisasi dengan baik sehingga user akan mudah menavigasikan menu tertentu.



## Mobile Responsive

Perkembangan e-commerce website tidak hanya sampai di situ. Menurut Dynamic Yeild, konversi sales dari mobile e-commerce terjadi sebesar 34.5% dari total e-commerce site, dan angka tersebut akan terus bertambah seiring perkembangan teknologi. Penetrasi penggunaan mobile phone diprediksikan hingga 2021 angka tersebut akan bertambah hingga 54% dari total sales yang terjadi e-commerce.

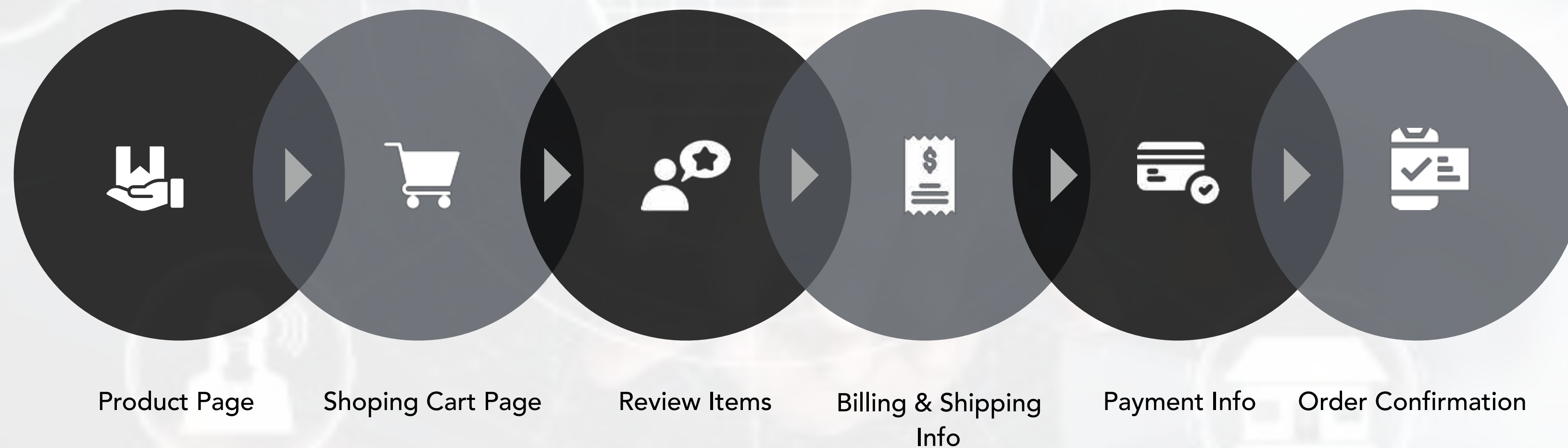
Maka dari itu perlu diperhatikan untuk membuat tampilan e-commerce yang *mobile friendly*. Hal ini bisa dibangun dengan memperhatikan dari sisi pengembangan *user experience* yang berorientasi pada user (*user centered design*) dengan memperhatikan teknologi responsive web (bootstrap, media query). Hal ini akan membantu mengoptimalkan fungsi dari website *ecommerce* dengan baik dalam bentuk desktop maupun dalam bentuk mobile.



# Kebutuhan *Ecommerce* yang Sesuai Bisnis Anda

Dalam e-commerce proses terjadinya sales sangatlah penting di mana dengan adanya checkout, proses yang cepat dan mudah akan menjadi kunci kesuksesan suatu e-commerce. Hal lain yang perlu diperhatikan ketika semua proses checkout yang mudah dilakukan adalah pengiriman dan waktu proses pesanan akan menjadi faktor penentu.

Informasi yang ditampilkan pada halaman checkout pun harus jelas dan singkat, karena user tidak ingin merasakan ketidakpastian dan keraguan ketika melakukan pembelian. Dalam hal ini keamanan akan suatu sistem pembayaran harus diperhatikan.





KONTAK KAMI

## LOGIQUE DIGITAL INDONESIA

Ad Premier Building 19th Floor.  
Jalan Tb. Simatupang No. 5  
Ragunan, Ps. Minggu, Jakarta Selatan,  
Indonesia 12550

✉ [info@logique.co.id](mailto:info@logique.co.id)

☎ +62 21 22708935 / 36

📱 +62 811 870 321  
\*nomor selular dan whatsapp

