

Kuis Evaluasi: Pemasaran E-Commerce di Tahun 2026

Strategi, Alat, dan Kiat

Terdiri dari 20 pertanyaan pilihan ganda tingkat menengah-sulit berdasarkan dokumen referensi.

1. Berdasarkan dokumen, apa tujuan akhir yang paling mendasar dari aktivitas pemasaran e-commerce setelah berhasil menarik pengunjung dan meningkatkan rasio konversi?

- A. Membangun basis pelanggan setia
- B. Meningkatkan pendapatan
- C. Mendapatkan backlink berkualitas
- D. Membangun kesadaran merek yang kuat
- E. Mengotomatisasi pemasaran media sosial

2. Dalam penerapan Strategi Optimasi Mesin Pencari (SEO), aktivitas teknis apa saja yang secara spesifik disebutkan untuk meningkatkan peringkat situs web?

- A. Menjalankan program rujukan dan iklan berbayar
- B. Meneliti kata kunci, meningkatkan konten, dan mengembangkan backlink
- C. Menampilkan ulasan klien dan bukti sosial
- D. Melakukan pengujian A/B dan segmentasi audiens
- E. Membuat pop-up khusus untuk mengumpulkan prospek

3. Alat pemasaran apa yang sangat direkomendasikan untuk membantu perusahaan meningkatkan rasio buka dan klik dengan menyediakan fitur otomatisasi, segmentasi daftar, dan pelacakan?

- A. Hootsuite
- B. SEMrush
- C. Mailchimp
- D. OptinMonster
- E. Google Analytics

4. Mengapa kelengkapan deskripsi produk dan penggunaan foto dari berbagai sudut sangat krusial bagi sebuah toko e-commerce?

- A. Untuk memastikan produk mudah dipromosikan oleh influencer
- B. Untuk mengurangi bounce rate dan membantu pelanggan membuat keputusan yang tepat
- C. Untuk memanipulasi algoritma pencarian Google
- D. Untuk mendapatkan komisi dari pemasaran afiliasi
- E. Untuk mengumpulkan data pelanggan secara diam-diam

5. Manakah alat yang memiliki kemampuan spesifik untuk menyelidiki strategi online pesaing, mengidentifikasi kata kunci yang menguntungkan, serta memantau posisi situs web?

- A. OptinMonster
- B. Canva
- C. Google Analytics
- D. SEMrush
- E. Hootsuite

6. Menurut studi kasus Amazon, apa dasar yang digunakan Amazon dalam mengirimkan saran produk yang disesuaikan melalui buletin email kepada pelanggan mereka?

- A. Survei pelanggan secara acak
- B. Demografi umum dari seluruh pembeli
- C. Pembelian atau perilaku penelusuran pelanggan sebelumnya
- D. Tren yang sedang viral di Facebook dan Twitter
- E. Data yang dibeli dari pihak ketiga

7. Untuk perusahaan yang ingin berkolaborasi dalam tim sambil merencanakan, mempublikasikan, dan mengukur aktivitas konten media sosial mereka, alat apa yang paling tepat?

- A. OptinMonster
- B. Mailchimp
- C. SEMrush
- D. Hootsuite
- E. Canva

8. Pendekatan pemasaran apa yang disarankan untuk memposisikan perusahaan sebagai "ahli industri" dan pada akhirnya menghasilkan pengunjung organik?

- A. Pemasaran Afiliasi
- B. Pemasaran Konten
- C. Iklan Penargetan Ulang
- D. Program Rujukan
- E. Pemasaran Email

9. Bagaimana cara Flipkart secara strategis memberikan pengalaman pembelian yang lebih nyaman serta menjangkau audiens yang lebih besar menurut dokumen?

- A. Dengan menawarkan aplikasi seluler khusus untuk iOS dan Android yang dipromosikan ekstensif
- B. Dengan memberikan gratis ongkos kirim ke seluruh negara bagian
- C. Dengan membuat toko fisik di seluruh kota besar
- D. Dengan menghapus semua iklan berbayar untuk mengurangi biaya
- E. Dengan menggunakan pemasaran SMS kepada pelanggan potensial

10. "Bukti Sosial" (Social Proof) merupakan strategi pemasaran yang ampuh. Apa wujud implementasi langsung dari strategi ini menurut dokumen?

- A. Membayar influencer terkenal untuk melakukan siaran langsung
- B. Menampilkan ulasan klien, testimoni, dan materi pengguna di situs web dan medsos
- C. Menawarkan diskon besar-besaran di akhir tahun
- D. Memiliki sertifikat keamanan transaksi online (SSL)
- E. Membuat video dokumenter tentang proses pembuatan produk

11. Strategi apa yang paling efisien untuk membujuk pelanggan kembali menyelesaikan pembelian jika mereka sebelumnya telah mengunjungi situs web tetapi tidak membeli?

- A. Pemasaran Afiliasi
- B. Iklan Penargetan Ulang (Retargeting Ads)
- C. Pemasaran Konten
- D. Optimasi Mesin Pencari
- E. Kampanye Bukti Sosial

12. Dalam model Pemasaran Afiliasi, bagaimana sistem kompensasi biasanya diberikan kepada kolaborator?

- A. Gaji tetap setiap bulan
- B. Produk gratis setiap bulan
- C. Saham atau persentase kepemilikan bisnis
- D. Komisi untuk setiap penjualan yang dilakukan melalui tautan unik mereka
- E. Akses eksklusif ke produk yang belum dirilis

13. Agar situs web dapat optimal di mata mesin pencari (SEO), selain relevansi kata kunci, dua aspek teknis apa yang harus dipenuhi oleh situs web tersebut?

- A. Desain yang mewah dan warna yang mencolok
- B. Memuat dengan cepat dan ramah seluler
- C. Menggunakan pop-up pendaftaran email ganda
- D. Menghilangkan tombol berbagi ke media sosial
- E. Menyembunyikan konten dari pembaca non-login

14. Platform apa yang memiliki spesialisasi dalam mendesain pop-up, formulir khusus, dan fitur ajakan bertindak yang didukung dengan pengujian A/B untuk meningkatkan konversi?

- A. OptinMonster
- B. Hootsuite
- C. Canva
- D. SEMrush
- E. Google Analytics

15. Dokumen menyebutkan pentingnya memberikan layanan pelanggan yang prima. Manakah dari tindakan berikut yang disebutkan secara spesifik sebagai bagian dari layanan tersebut selain tanggapan cepat terhadap keluhan?

- A. Memberikan diskon 50% untuk komplain pertama
- B. Menawarkan kebijakan pengembalian fleksibel, opsi pengiriman, dan beragam metode pembayaran
- C. Mendelegasikan pelanggan ke chatbot otomatis sepenuhnya
- D. Memastikan pelanggan mengikuti sosial media perusahaan
- E. Memberikan akses admin situs kepada pelanggan terpilih

16. Dalam program rujukan (referral) yang sukses, kepada siapakah insentif seperti diskon atau presentasi gratis idealnya diberikan?

- A. Hanya kepada pemberi rujukan (pelanggan lama)
- B. Hanya kepada konsumen baru yang direkomendasikan
- C. Kepada influencer eksternal
- D. Kepada pemberi rujukan dan konsumen baru
- E. Kepada platform penyedia layanan e-commerce

17. Fitur "pembuatan seret dan lepas" (drag-and-drop) beserta templat siap pakai untuk membuat aset grafis pemasaran berkualitas tinggi merupakan fitur utama dari:

- A. OptinMonster
- B. Mailchimp
- C. Canva
- D. SEMrush
- E. Google Analytics

18. Apa fungsi utama Google Analytics sebagaimana ditekankan dalam materi "Alat Pemasaran E-Commerce"?

- A. Untuk secara otomatis merancang iklan Google Ads
- B. Untuk menyebarkan pesan email ke daftar pelanggan dalam jumlah besar
- C. Untuk mengukur lalu lintas situs web, aktivitas pengguna, dan memberikan wawasan berbasis data
- D. Untuk menjadwalkan posting di Facebook dan Instagram secara serentak
- E. Untuk membuat infografis dan desain postingan blog

19. Pemasaran Media Sosial disarankan tidak hanya digunakan untuk promosi produk konvensional, tetapi juga efektif untuk melakukan hal apa?

- A. Menciptakan kode back-end yang rumit untuk web e-commerce
- B. Mencetak tagihan pengiriman barang langsung dari media sosial
- C. Mengunggah informasi di balik layar (behind-the-scenes) dan mengadakan kontes/hadiah gratis
- D. Melakukan pengujian A/B secara mandiri untuk situs web utama
- E. Mengidentifikasi kata kunci yang paling menguntungkan dari kompetitor

20. Pada bagian kesimpulan dokumen, apa yang disarankan agar bisnis dapat mencapai pertumbuhan e-commerce jangka panjang?

- A. Menghindari iklan berbayar sama sekali
- B. Menggunakan analisis data dan statistik untuk mengoptimalkan upaya pemasaran dari waktu ke waktu
- C. Berfokus hanya pada pelanggan dari kalangan muda (generasi Z)
- D. Menurunkan harga produk serendah-rendahnya untuk mengalahkan kompetitor
- E. Menutup toko offline dan sepenuhnya beralih ke dropshipping

Kunci Jawaban

Bandingkan hasil Anda dengan kunci jawaban yang merujuk secara ketat pada isi dokumen:

- | | |
|---|---|
| 1. B. Meningkatkan pendapatan | 12. D. Komisi untuk setiap penjualan yang dilakukan melalui tautan unik mereka |
| 2. B. Meneliti kata kunci, meningkatkan konten, dan mengembangkan backlink | 13. B. Memuat dengan cepat dan ramah seluler |
| 3. C. Mailchimp | 14. A. OptinMonster |
| 4. B. Untuk mengurangi bounce rate dan membantu pelanggan membuat keputusan yang tepat | 15. B. Menawarkan kebijakan pengembalian fleksibel, opsi pengiriman, dan beragam metode pembayaran |
| 5. D. SEMrush | 16. D. Kepada pemberi rujukan dan konsumen baru |
| 6. C. Pembelian atau perilaku penelusuran pelanggan sebelumnya | 17. C. Canva |
| 7. D. Hootsuite | 18. C. Untuk mengukur lalu lintas situs web, aktivitas pengguna, dan memberikan wawasan berbasis data |
| 8. B. Pemasaran Konten | 19. C. Mengunggah informasi di balik layar (behind-the-scenes) dan mengadakan kontes/hadiah gratis |
| 9. A. Dengan menawarkan aplikasi seluler khusus untuk iOS dan Android yang dipromosikan ekstensif | 20. B. Menggunakan analisis data dan statistik untuk mengoptimalkan upaya pemasaran dari waktu ke waktu |
| 10. B. Menampilkan ulasan klien, testimoni, dan materi pengguna di situs web dan medsos | |
| 11. B. Iklan Penargetan Ulang (Retargeting Ads) | |