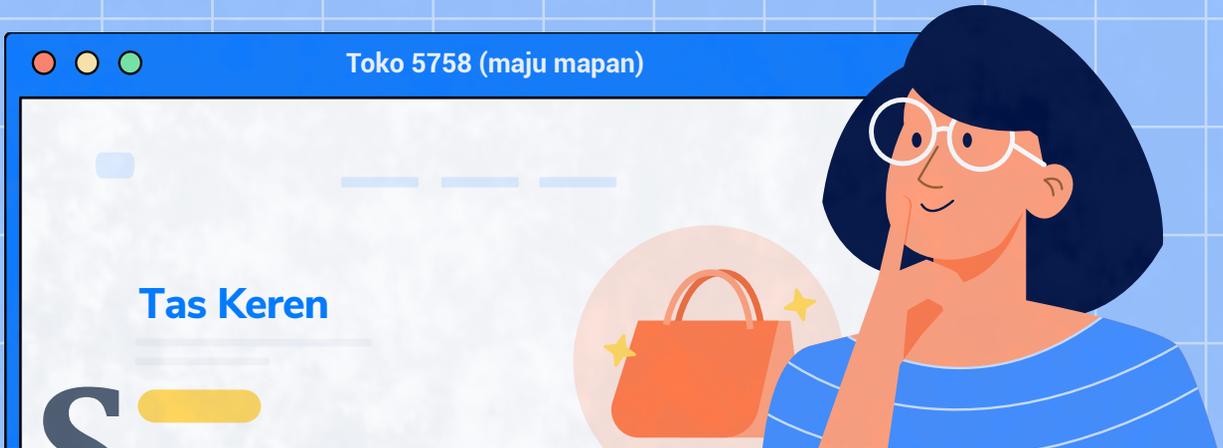




Template Konten Website untuk Toko Online

100% GRATIS



Sedang menyiapkan website untuk toko online tapi kesulitan membuatnya?

Jangan berkecil hati! Kami paham bahwa menciptakan konten bukan hal yang mudah. Oleh karena itu, kami ingin mempermudah proses tersebut dengan mempersembahkan kumpulan template konten toko online.

Di kumpulan template ini, Anda akan menemukan contoh konten untuk halaman-halaman yang wajib ada di website e-commerce, yaitu:

1 / Halaman
Tentang Kami

[Pelajari](#)

2 / Halaman
Kategori

[Pelajari](#)

3 / Halaman
Produk

[Pelajari](#)

4 / Halaman
FAQ

[Pelajari](#)

5 / Halaman
Kebijakan Privasi

[Pelajari](#)

6 / Halaman
Syarat & Ketentuan

[Pelajari](#)

Di masing-masing template halaman, Anda akan menemukan kata-kata dalam tanda kurung. Kata-kata tersebut nanti tinggal Anda ganti sesuai kebutuhan.

Anda juga boleh mengubah templatennya. Kami sudah menyertakan best practice masing-masing halaman agar Anda bisa menyesuaikannya dengan kebutuhan.

Nah, sebelum melihat contoh konten halaman, pastikan Anda sudah melakukan persiapannya. Apa saja itu? Simak di bawah ini.

Persiapan Sebelum Membuat Konten Website

Membuat konten website tidak boleh tanpa persiapan. Kalau tidak, prosesnya susah dan hasilnya tidak akan maksimal.

Untuk memulai, coba tanyakan tiga pertanyaan berikut ini kepada diri sendiri sebelum membuat halaman website Anda:

1. Siapa target konsumen Anda?
2. Apa fungsi dari halaman yang akan Anda buat?
3. Manfaat atau informasi apa yang diinginkan target konsumen dari halaman tersebut?

Dengan menjawab tiga pertanyaan di atas, Anda akan memiliki gambaran jelas tentang konten yang ingin Anda buat. Di samping itu, jawaban dari ketiga pertanyaan tadi akan berkaitan dengan penerapan on-page SEO.

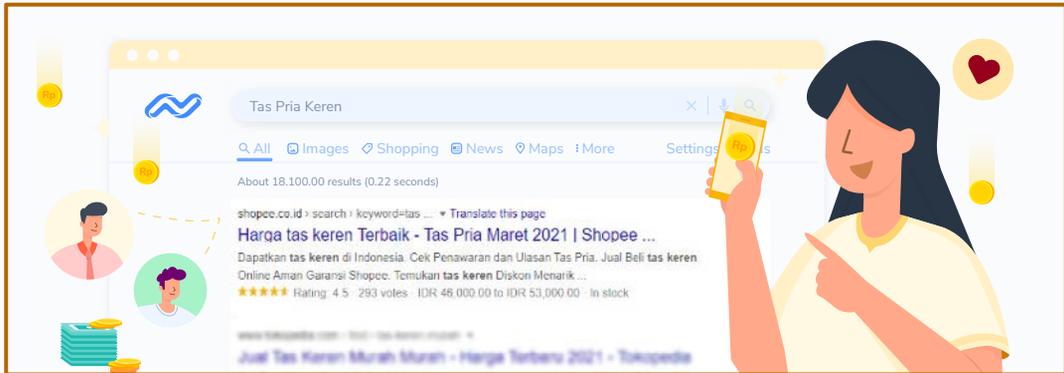


Apa Itu On-page SEO?

On-page SEO adalah salah satu cabang [search engine optimization](#) (SEO), teknik optimasi website untuk pencarian Google. Jika dilakukan dengan tepat, website Anda bisa muncul di halaman pertama pencarian dengan lebih mudah.

Mengapa optimasi website untuk Google penting? Google dan mesin pencarian lainnya adalah sumber dari trafik organik. Nah, trafik organik menyumbang [51 persen](#) pengunjung website pada umumnya.

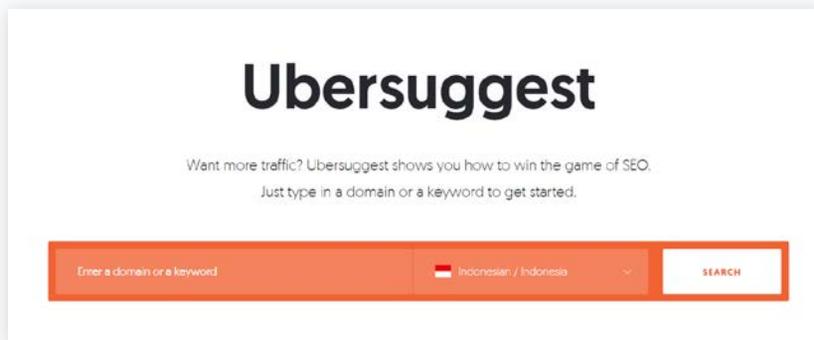
Oleh karena itu, toko online Anda akan sepi pengunjung kalau tidak muncul di hasil pencarian Google. Tentu Anda tidak ingin itu terjadi, bukan? Apalagi kalau toko onlinenya sudah susah payah dibuat.



Lalu, apa saja yang perlu dilakukan untuk on-page SEO?

Sebenarnya, tekniknya banyak dan dapat Anda pelajari di [panduan on-page SEO kami](#). Namun, Anda bisa memulainya dengan riset keyword (kata kunci pencarian) dulu.

Untuk melakukannya, Anda harus menggunakan [tool riset keyword](#). Jangan khawatir, Anda bisa menggunakan opsi gratis seperti **Ubersuggest**.



Menggunakan Ubersuggest sangat mudah. Pertama-tama, klik kolom wilayah yang ada di sebelah kiri tombol search dan pilih Indonesia. Setelah itu, Anda tinggal masukkan keyword di kolom yang tersedia dan klik tombol search.



Ubersuggest akan menampilkan informasi-informasi seputar kata kunci yang Anda ketikkan di kolomnya, termasuk:

- **Search volume:** Volume pencarian keyword. Semakin besar angkanya, semakin sering keyword digunakan dalam pencarian.
- **SEO difficulty:** Tingkat kesulitan untuk bersaing dengan konten lain di Google. Semakin besar angkanya, semakin susah persaingannya.
- **Keyword ideas:** Daftar kata kunci yang berkaitan dengan keyword yang Anda cari.
- **Content ideas:** Daftar konten yang sudah muncul di halaman pertama Google dengan keyword yang Anda cari.

Tips Memilih Keyword

Keyword yang sebaiknya Anda pilih berkaitan dengan target konsumen, fungsi halaman, dan manfaat yang ingin diberikan ke pembaca. Selain itu, sebisa mungkin pilihlah keyword dengan **volume yang tinggi dan SEO difficulty yang rendah**.

Terapkan On-page SEO di Konten Website Anda

Pastikan Anda mencatat keyword-keyword yang Anda temukan saat riset. Dari situ, Anda bisa **menggunakan kata kunci ber-volume besar sebagai keyword utama**. **Kata kunci yang volumenya lebih kecil bisa Anda gunakan sebagai keyword secondary** untuk menyelingi keyword utama.

Perlu Anda ingat bahwa penggunaan kata kunci utama ada aturannya. **Kata kunci utama wajib ada di subheading dan di antara 100 kata pertama**. Selanjutnya, letakkan kata kunci utama di sepanjang konten dalam jumlah dan penempatan yang wajar.

Agar tahu berapa kali Anda bisa menggunakan kata kunci utama, gunakan rumus di bawah ini:



$$\text{Keyword Density} = \frac{\text{Jumlah Keyword}}{\text{Jumlah Keyword yang muncul}}$$

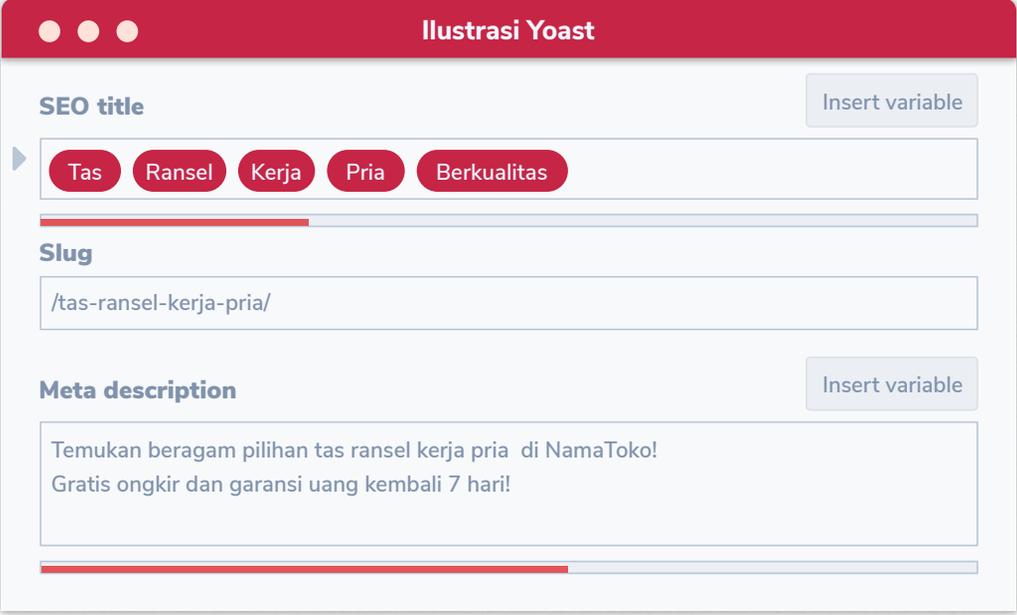
Keyword density adalah persentase penggunaan keyword yang wajar. Idealnya, keyword density berkisar antara 0,5 hingga 3 persen. Jadi, jumlah kata kunci utama setiap halaman tidak boleh menghasilkan persentase yang lebih tinggi dari itu. Jika melebihi, konten akan susah muncul di Google.

Nah, selain di konten, kata kunci utama juga harus ada di tiga komponen hasil pencarian Google, yaitu:

The screenshot shows a Google search result for "Hosting Terbaik". The search bar contains "Hosting Terbaik" and the results show "About 18.100.00 results (0.22 seconds)". The first result is from "www.niagahoster.co.id" with the following annotations:

- Slug:** www.niagahoster.co.id
- SEO title:** Niagahoster: Web Hosting Indonesia Unlimited & Terbaik
- Meta Description:** Web hosting termurah & terbaik Indonesia. Diskon hosting up to 40% gratis SSL & domain murah. Support 24/7 & garansi uang kembali.

Bagaimana cara mencantumkannya? Jawabannya, dengan plugin [Yoast SEO](#). Plugin ini memungkinkan Anda untuk mengatur SEO title, meta description, dan URL setiap halaman website. Untuk menggunakannya, buka halaman Anda di editor WordPress, kemudian scroll ke bawah hingga menemukan kolom-kolom seperti contoh berikut ini:



The screenshot shows the Yoast SEO interface with a red header titled "Ilustrasi Yoast". It features three sections: "SEO title" with a value of "Tas Ransel Kerja Pria Berkualitas" and an "Insert variable" button; "Slug" with the value "/tas-ransel-kerja-pria/"; and "Meta description" with the text "Temukan beragam pilihan tas ransel kerja pria di NamaToko! Gratis ongkir dan garansi uang kembali 7 hari!". Each section has a progress bar below it.



Catatan Penting

- SEO title tidak boleh melebihi 60 karakter
- Setiap kata dalam kolom slug harus dipisahkan dengan tanda minus (-)
- Meta description tidak boleh lebih dari 160 karakter

Cukup banyak ya yang harus diperhatikan sebelum membuat konten website? Agar mudah diingat, di bawah ini telah kami siapkan tabel berisi hal-hal yang mesti dilakukan untuk menerapkan on-page SEO.

Anda tinggal menyalin tabel di bawah ini di Microsoft Word atau aplikasi semacamnya. Kemudian, isi dan gunakan tabel ini sebagai pegangan untuk semua halaman website Anda. Selamat mencoba!

Tabel isian On-page SEO

Pertanyaan sebelum membuat konten halaman (nama halaman)

Target konsumen saya adalah

Fungsi dari halaman ini adalah

Manfaat atau informasi yang diinginkan target konsumen dari halaman ini adalah

Hasil riset keyword

Keyword utama

Keyword cadangan 1

Keyword cadangan 2

Keyword cadangan 3

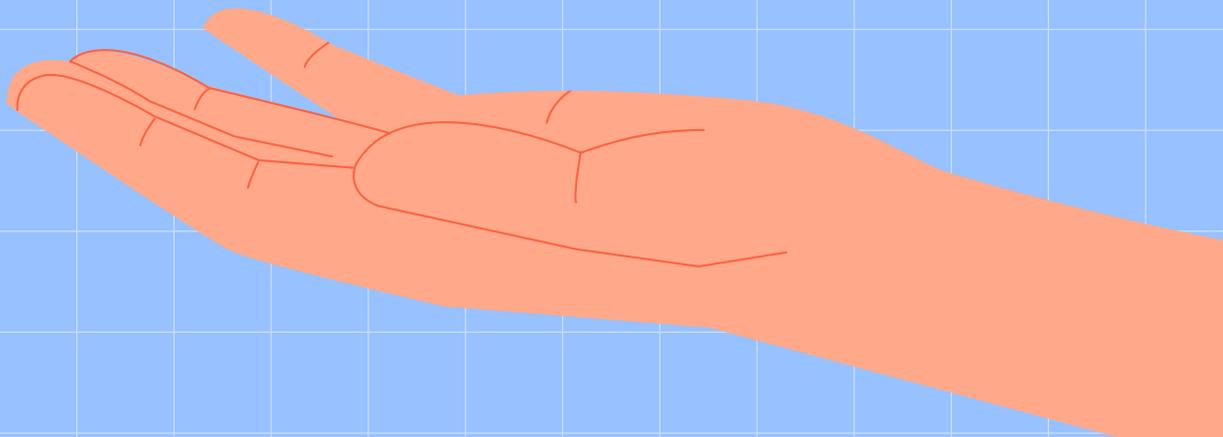
Keyword cadangan 4

Komponen hasil pencarian Google

Title tag

URL

Meta description





Membuat Konten: Halaman Tentang Kami

[Halaman tentang kami](#) adalah halaman wajib untuk memperkenalkan toko online Anda ke calon konsumen. Halaman ini juga bisa menambah kepercayaan konsumen ke toko Anda.

Membuat konten untuk halaman ini sebenarnya tidak serumit yang mungkin Anda bayangkan. Di bawah ini adalah poin-poin yang bisa Anda tuliskan:

1. Buka dengan Headline yang Unik

Pengunjung website mengakses halaman tentang kami dengan alasan yang jelas, yaitu untuk **mengenal bisnis Anda lebih dekat**.

Maka dari itu, sebaiknya Anda menyambut mereka dengan headline yang memikat. Kalau tidak, pengunjung bisa saja tidak tertarik untuk membaca keseluruhan teks halamannya.

Bagaimana contoh headline untuk halaman tentang kami?

Anda bisa saja menulis **"Perkenalkan, kami adalah Brand X, retail sepatu olahraga dengan harga terjangkau"**. Namun, headline tersebut masih bisa dibuat lebih luwes dan memikat. **"Brand X, sepatu olahraga model terbaru, ramah di kantong"**, contohnya.

Tentunya masih ada formula-formula headline lainnya yang bisa Anda gunakan. Simak [artikel copywriting headline](#) kami untuk mengetahui contoh-contohnya.

2. Sebutkan Misi Bisnis Anda

Menceritakan misi atau tujuan bisnis mungkin terdengar seperti hal biasa. Namun, hal ini justru bisa membedakan bisnis Anda dari kompetitor. Bisnis Anda akan terlihat lebih humanis dan tidak sekadar mencari keuntungan.

Lalu, apa yang diperlukan agar misi terdengar mengena bagi calon konsumen? Coba jawab beberapa pertanyaan berikut ini:

- Produk apa yang Anda tawarkan?
- Solusi apa yang ingin Anda berikan kepada konsumen dengan produk tersebut?
- Bagaimana Anda menciptakan solusi tersebut?

3. Tunjukkan Testimoni Konsumen (Jika Sudah Ada)

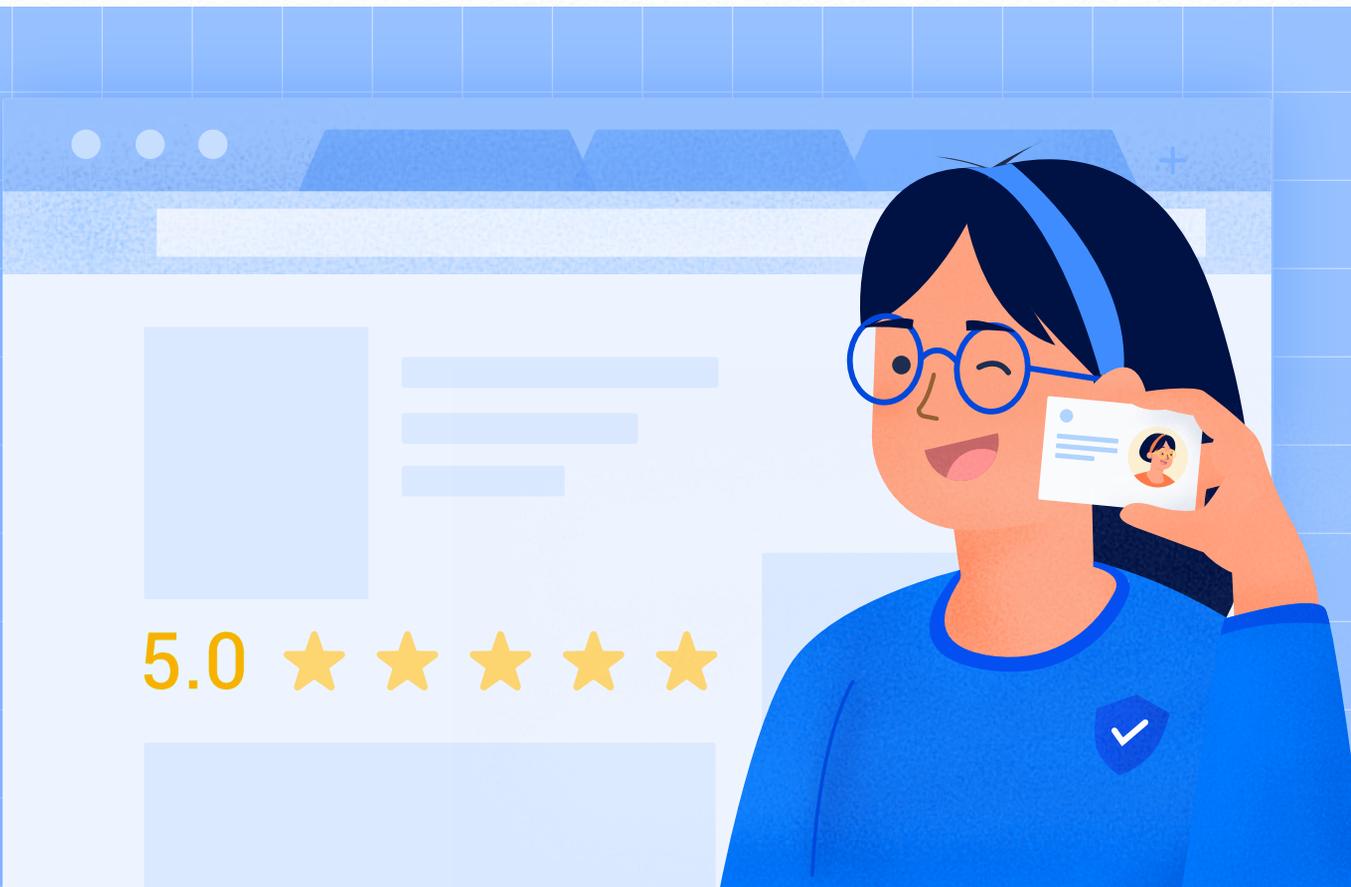
Sebanyak [84 persen](#) konsumen online membaca ulasan sebelum berbelanja. Karena alasan itulah Anda perlu menampilkan *social proof* atau testimoni di halaman tentang kami.

Kalau memungkinkan, tampilkan juga nama dan foto konsumen yang memberikan testimoni. Ini dapat meningkatkan kredibilitas Anda.

Nah, bagaimana jika belum bisa meminta testimoni karena bisnis baru saja dirintis? Ada beberapa cara lain untuk menunjukkan kredibilitas Anda.

Pertama, Anda bisa memberikan garansi produk atau jasa yang Anda jual. Beri opsi *refund* dalam kurun waktu yang sudah ditentukan. Agar jelas, jabarkan juga syarat untuk mengajukan pengembalian uang.

Kedua, tunjukkan tim di balik toko online Anda. Selain menambahkan elemen visual di halaman, foto yang menampilkan kegiatan tim membuat calon pembeli tidak mengira bisnis Anda tipu-tipu.



4. Ceritakan Perkembangan Bisnis

Tidak ada salahnya jika ingin menjelaskan kiprah bisnis Anda. Apalagi kalau mendukung misi sudah Anda jelaskan.

Bagaimana jika terdengar membosankan? Nah, untuk itu, Anda bisa menyelengi teks dengan gambar. Contohnya dengan membuat *timeline* perkembangan bisnis seperti di bawah ini.



Apabila toko online belum lama beroperasi, tidak masalah. Anda tetap bisa menceritakan hal yang menginspirasi Anda untuk membuka usaha.

5. Tampilkan Alamat dan Kontak Bisnis

Toko online Anda pasti memiliki kantor operasional, bukan? Meskipun terdengar remeh, adanya alamat kantor di website toko online sangat penting. Tanpanya, calon pembeli pasti menanyakan kredibilitas bisnis Anda.

Nah, barangkali Anda sudah menampilkan alamat kantor Anda di homepage website. Namun, tidak ada salahnya untuk membubuhkannya di halaman tentang kami juga. Apalagi jika pengunjung website langsung mencari halaman ini setelah mendarat di website.

Selain alamat, jangan lupa tampilkan juga nomor telepon dan link akun-akun media sosial toko online Anda di halaman tentang kami.

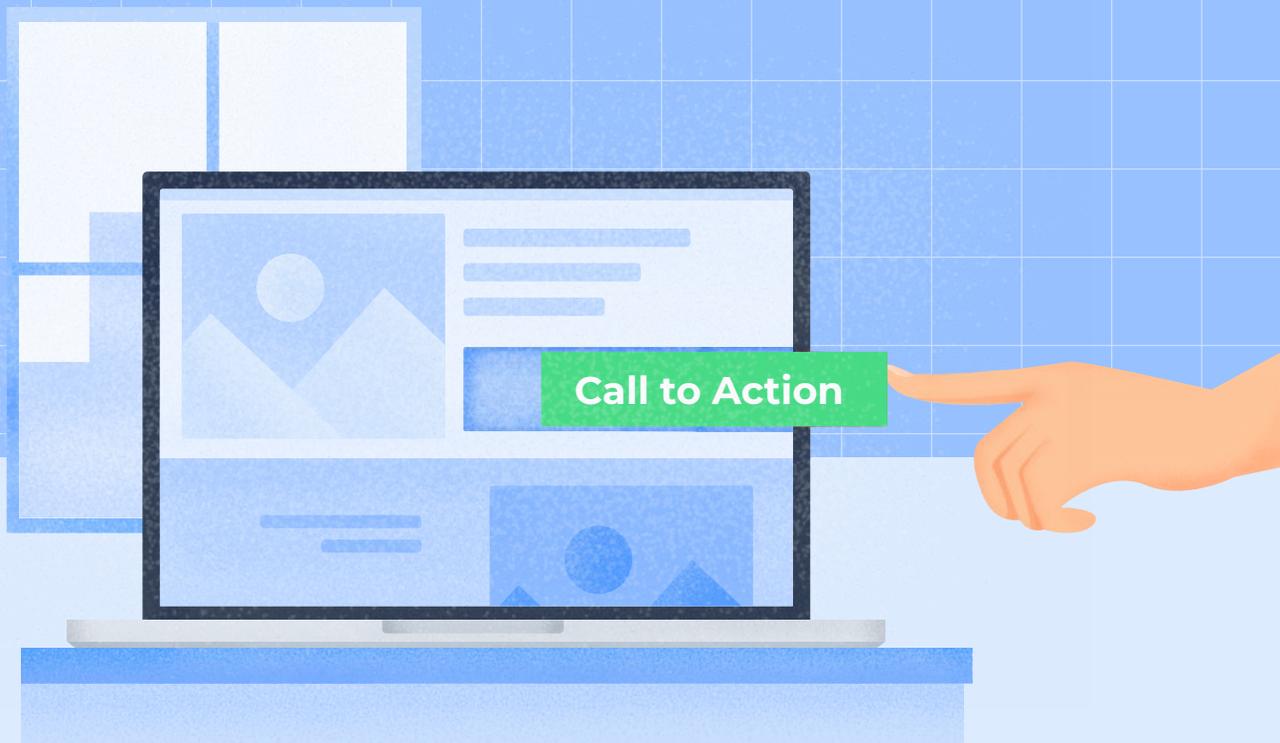
6. Letakkan *Call to Action*

Halaman tentang kami selayaknya hanya berfungsi untuk mengenalkan bisnis Anda. Namun, tidak menutup kemungkinan halaman ini digunakan untuk mengarahkan pengunjung untuk selangkah lebih dekat dengan transaksi. Misalnya mendaftar *newsletter* atau mengakses daftar produk.

Untuk mengarahkan pengunjung seperti contoh tersebut, letakkan saja *call to action* (CTA). CTA umumnya berupa perintah yang diikuti dengan tombol atau link, seperti:

- Lihat kategori produk
- Coba sekarang
- Cek promo
- Daftarkan email

CTA yang bisa ditempatkan di halaman tentang kami tidak hanya terpaku pada contoh-contoh di atas. Anda bisa menyesuaikannya dengan tujuan apa saja.



Halaman Tentang Kami

Bagaimana? Ternyata halaman Tentang Kami bisa dibuat lebih menarik, bukan? Yuk, buat halaman Tentang Kami untuk website Anda sendiri dengan mengisi template konten di bawah ini!

Bagian konten	
Headline	Bagian ini bisa disesuaikan dengan hal yang ingin Anda tonjolkan dari toko Anda. Contohnya seperti berikut: (Nama bisnis), tempat terbaik untuk mendapatkan (nama produk) dengan harga terjangkau.
Cerita singkat tentang perkembangan bisnis (opsional)	(Nama bisnis) didirikan pada tahun (tahun) berdirinya bisnis). Bermula sebagai usaha rumahan di (kota asal bisnis), sekarang kami siap melayani pembeli dari seluruh Nusantara.
Misi bisnis	Bagian ini juga bisa disesuaikan dengan produk atau misi bisnis Anda. Contohnya: (Nama bisnis) paham bahwa produk branded tidak murah. Oleh karena itu, kami berkomitmen untuk menjadi produsen lokal yang menyediakan (nama produk) dengan harga terjangkau. Kami di (nama bisnis) mendesain produk-produk secara orisinil. Dengan bahan-bahan berkualitas, kami menawarkan (nama produk) yang bergaya dan tahan lama.
Testimoni Konsumen (opsional)	Mulailah bagian ini dengan judul, misalnya: Kata mereka tentang (nama bisnis) Beberapa testimoni hanya menampilkan nama konsumen. Namun, jika memungkinkan, mintalah izin konsumen untuk menampilkan foto mereka. Ini akan meningkatkan kredibilitas testimoni.
Profil tim toko online Anda	Mulailah juga dengan judul, seperti: Yuk, kenalan dengan tim dibalik (nama bisnis) Di bagian ini, Anda bisa menampilkan foto masing-masing kru Anda beserta pekerjaan mereka.
Call to action	Tambahkan CTA di akhir konten, seperti: <ul style="list-style-type: none">• Berlangganan Newsletter• Kirim Info Promo ke Email Saya• Cek katalog produk• Mulai berbelanja



Membuat Konten: Halaman Kategori

Apakah toko Anda menjual beberapa jenis produk? Jika ya, sebaiknya Anda membuat halaman kategori untuk masing-masing jenis produk di website toko Anda.

Dengan cara ini, pengunjung toko bisa lebih mudah mencari barang yang diinginkan. Selain itu, halaman ini membuat toko online Anda mudah ditemukan di hasil pencarian Google.

Untuk itu, Anda juga perlu menambahkan deskripsi khusus. Simak apa saja yang perlu dimasukkan ketika membuat deskripsi untuk halaman kategori di bawah ini.

1. Tunjukkan Bahwa Anda Punya yang Konsumen Butuhkan

Deskripsi di halaman kategori berfungsi seperti pramuniaga. Anda harus menyambut konsumen dan menunjukkan produk-produk yang ada di toko Anda.

Deskripsinya tidak perlu terlalu panjang. Satu atau dua paragraf sudah cukup asal Anda memberitahukan apa yang bisa konsumen dapatkan.

Selain menyebutkan produk yang bisa didapatkan konsumen, yakinkan juga bahwa berbelanja di toko Anda adalah pilihan tepat. Untuk itu, sebutkan kelebihan yang Anda tawarkan. Harga yang kompetitif, kualitas barang yang lebih baik dari brand sekelasnya, atau customer service 24 jam, misalnya.

2. Gunakan Long-tail Keyword

Deskripsi di halaman kategori tidak hanya untuk menyambut konsumen, lho. Anda juga bisa menggunakannya untuk menjaring konsumen di pencarian Google. Caranya dengan melakukan optimasi long-tail keyword.

Long-tail keyword adalah sebutan untuk keyword yang terdiri dari tiga kata atau lebih dan bersifat spesifik.



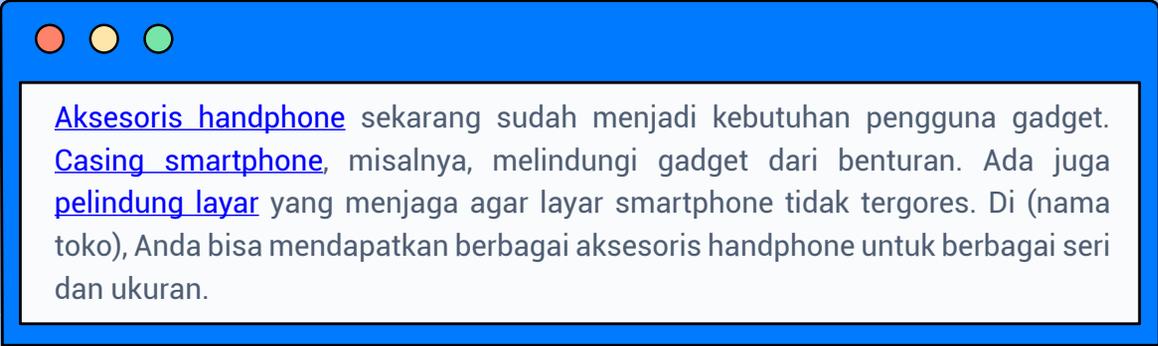
Dibandingkan “sepatu olahraga”, “sepatu jogging pria murah” punya konteks yang lebih spesifik. Nah, kata kunci seperti ini digunakan oleh konsumen yang memang sudah punya niatan membeli. Artinya, muncul di hasil pencarian kata kunci tersebut akan sangat menguntungkan Anda.

Kabar baiknya, long-tail keyword memiliki tingkat persaingan yang lebih rendah dari kata kunci umum. Jadi, halaman kategori Anda akan lebih mudah tampil di halaman pertama Google.

Lalu, bagaimana cara menemukan long-tail keyword? Anda bisa melakukannya dengan Ubersuggest. Selain itu, Anda juga bisa mempelajari cara lainnya di [panduan long-tail keyword](#) kami.

3. Tambahkan Internal Link

Terakhir, tambahkan internal link ke deskripsi kategori yang Anda buat. Internal link adalah tautan ke halaman lain yang ada di satu website. Misalnya, di halaman kategori yang sedang Anda buat, Anda meletakkan link ke halaman kategori lain yang berkaitan. Teks dengan warna biru di paragraf di bawah ini adalah contoh internal link.



[Aksesoris handphone](#) sekarang sudah menjadi kebutuhan pengguna gadget. [Casing smartphone](#), misalnya, melindungi gadget dari benturan. Ada juga [pelindung layar](#) yang menjaga agar layar smartphone tidak tergores. Di (nama toko), Anda bisa mendapatkan berbagai aksesoris handphone untuk berbagai seri dan ukuran.

Apakah internal link penting? Tentu saja. Meskipun kelihatan sepele, menambahkan internal link memiliki dua manfaat besar.

Pertama, konsumen jadi bisa melihat-lihat produk di kategori lain tanpa perlu mencarinya di menu website. Otomatis, konsumen akan berada di website lebih lama. Ini akan mendorong mereka untuk membeli produk lainnya.

Kedua, internal link yang tepat membantu Google memahami struktur website. Semakin mudah Google memahami strukturnya, semakin mudah website Anda ditampilkan di halaman pertama hasil pencarian.

Nah, agar internal link yang Anda gunakan tepat, Anda bisa menyimak cara mengoptimalkannya di [artikel blog](#) kami.

Template Konten

Halaman Kategori

Kini saatnya mempraktikkan tips-tips tadi untuk membuat halaman kategori Anda. Supaya lebih mudah, Anda juga bisa mencontoh template di bawah ini. Nanti, kembangkan templatnya sesuai dengan kategori yang ada di toko Anda.

Bagian Konten	Keterangan	
Judul Kategori	Sesuaikan dengan kategori produk Anda.	Sepatu Jogging Pria
Deskripsi	Mulailah deskripsi kategori Anda dengan kalimat yang menarik perhatian. Anda bisa melakukannya dengan menyebutkan masalah yang dialami konsumen.	Kenyamanan kaki saat berolahraga lari merupakan hal penting. Tanpa jenis sepatu yang tepat, sesi jogging Anda tidak akan maksimal.
	Tunjukkan bahwa Anda menyediakan solusi dari masalah konsumen. Jelaskan juga secara singkat bagaimana solusi Anda bisa menyelesaikan masalah tersebut. Sebutkan juga keuntungan bertransaksi di website Anda agar konsumen semakin tertarik.	(nama toko) mempersembahkan berbagai pilihan untuk Anda yang mencari sepatu jogging pria murah terbaik. Dibuat dengan bahan kuat nan elastis, kaki Anda tidak akan cepat lelah. Ditambah lagi, sepatu-sepatu (nama toko) dilengkapi garansi 14 hari. Anda bisa menukarkan barang yang sudah dibeli jika ada kesalahan pabrik. Ayo beli di (nama toko)!
	Jika ada kategori produk terkait, dorong konsumen untuk melihat daftar produknya juga. Untuk itu, tambahkan internal link di teks nama kategori tersebut.	Jogging adalah olahraga yang tidak membutuhkan banyak perlengkapan. Namun, Anda bisa meningkatkan pengalaman berlari dengan aksesoris-aksesoris yang sesuai. Misalnya, kaos kaki olahraga yang nyaman tentu akan membuat jogging lebih enjoy. Ditambah tas sepatu keren, Anda jadi bisa menentang sepatu lari kesayangan ke mana saja. Dapatkan keduanya di (nama toko)!



Membuat Konten: Halaman Produk

Halaman produk adalah halaman terakhir yang dilihat konsumen sebelum membeli. Jadi, penjelasan di dalamnya harus bisa mencegah konsumen pergi dan justru meyakinkan konsumen untuk segera melakukan transaksi.

Namun, tahukah Anda apa saja yang diperlukan agar deskripsi produk terlihat menjual? Yuk, pelajari tips-tipsnya di bawah ini!

1. Jelaskan Produk dengan Menjawab Pertanyaan 5W+1H

Pernahkah Anda mendengar tentang pertanyaan 5W+1H? Konsep yang biasa digunakan dalam penulisan berita ini terdiri dari lima pertanyaan, yaitu:

- Apa
- Di mana
- Siapa
- Kapan
- Mengapa
- Bagaimana

Nah, pertanyaan 5W+1H juga bisa digunakan untuk membuat deskripsi produk. Coba Anda jawab keenam pertanyaan berikut ini:

- **Apa fitur, manfaat, dan spesifikasi produk Anda?**
- **Di mana produk Anda bisa digunakan?**
- **Siapa target konsumen produk Anda?**
- **Kapan atau pada saat apa produk Anda patut digunakan?**
- **Mengapa produk Anda lebih baik dari yang ditawarkan merek lain?**
- **Bagaimana cara kerja produk Anda?**

Dari pertanyaan-pertanyaan di atas saja, Anda sudah bisa menyusun deskripsi produk yang lengkap!

2. Jelaskan Fitur dengan Manfaatnya

Banyak toko online yang hanya menampilkan daftar fitur di halaman produknya. Cara ini membuat deskripsi produk singkat, tetapi belum tentu mudah dipahami semua konsumen. Perhatikan contoh fitur tas ransel di bawah ini:

- ✗ Bagian luar dibuat dari kain Cordura nylon
- ✗ Ritsleting YKK
- ✗ Kapasitas 20 liter

Sebagian besar konsumen tidak tahu kain Cordura nylon, ritsleting YKK, dan seberapa besar kapasitas 20 liter itu. Oleh karena itu, Anda harus membantu mereka memahami manfaat dari fitur-fitur tersebut. Coba sebutkan manfaat dari masing-masing fitur, misalnya:

- ✓ Bagian luar dibuat dari kain Cordura nylon, sehingga kuat dan ringan
- ✓ Menggunakan ritsleting YKK yang tidak mudah rusak
- ✓ Dengan kapasitas 20 liter, mampu menampung banyak barang, termasuk laptop 15", buku, alat tulis, gadget, dan lain-lain

3. Sebutkan Spesifikasi Teknis dengan Lengkap

Untuk barang elektronik atau peralatan rumah tangga, Anda boleh membuat deskripsi produk yang lebih panjang dengan spesifikasi teknis. Spesifikasi ini digunakan sebagai fakta pendukung manfaat yang Anda jelaskan. Selain itu, spesifikasi teknis membantu memikat konsumen yang punya pengetahuan mendalam terkait jenis produk yang Anda jual.

Nah, agar deskripsi produk tetap menarik, Anda bisa menjelaskan beberapa spesifikasi yang diunggulkan dalam bentuk paragraf-paragraf singkat. Jika memungkinkan, tambahkan juga foto produk atau ilustrasi yang mendukung penjelasan Anda.



4. Kombinasikan Paragraf dan List agar Tidak Terdengar Kaku

Umumnya, ada dua format penulisan deskripsi produk. Yaitu paragraf dan poin-poin (list). Pertanyaannya, format apa yang seharusnya digunakan?

Nah, jawabannya adalah kombinasi kedua format tersebut. Dengan menggabungkan keduanya, deskripsi produk Anda terlihat lebih luwes.

Anda bisa memulai deskripsi dengan satu atau dua paragraf penjelasan tentang manfaat produk. Selain itu, Anda juga bisa membahas beberapa fakta produk tersebut dengan formula 5W+1H tadi. Kemudian, ikuti dengan list berisi spesifikasi untuk mendukung penjelasan manfaat produk. Contohnya seperti di bawah ini:

Mengapa membiarkan mainan dan barang-barang berserakan di lantai saat kamu bisa menyimpannya di bawah bangku? Bangku dengan dua *catch-all* laci ini akan memberi aksen pada ruang tamumu sembari memberimu tempat untuk menyimpan barang-barangmu. Kamu juga bisa menempatkan drawer terpisah dengan bangku jika kamu hanya membutuhkan salah satunya saja. Desainnya yang praktis membuatmu lebih mudah menata interior rumah sesuai kebutuhan.

Dimensi	<i>90 x 33 x 45 cm</i>
Warna	<i>Full Natural</i>
Finishing	<i>NC Lacquer</i>
Material	<i>Pine Wood, Plywood</i>

Template Konten

Halaman Produk

Sudah tahu poin-poin yang harus disebutkan di deskripsi produk, bukan? Nah, sekarang coba buat halaman produk Anda menggunakan template yang ada di bawah ini.

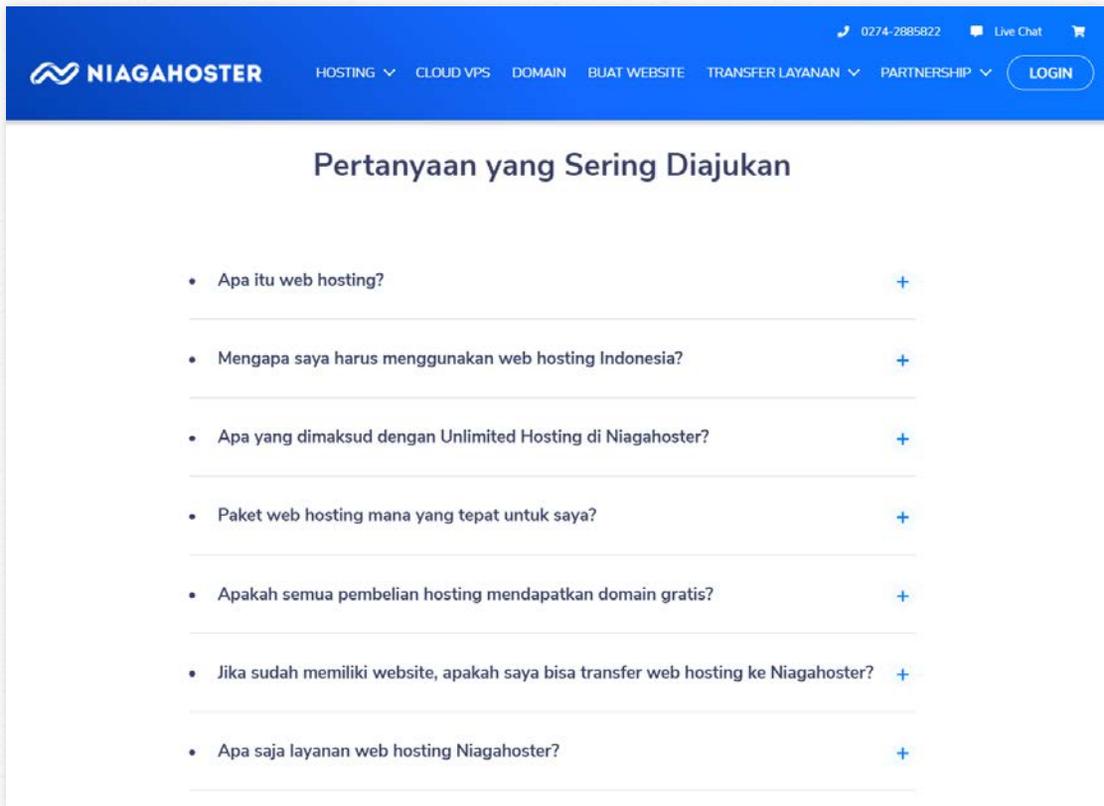
Bagian Konten	Keterangan	
Nama Produk	Sesuaikan dengan produk Anda.	(nama produk)
Deskripsi	Untuk membuat deskripsi menarik, Anda bisa memulainya dengan <i>tagline</i> yang menyebutkan manfaat produk.	Semakin mantap berlari dengan (nama produk)
	Jelaskan keunggulan produk dalam bentuk paragraf. Untuk menyusun bagian ini, deskripsikan manfaat dari fitur-fitur yang dimiliki produk. Anda juga bisa menyertakan informasi yang Anda gali menggunakan pertanyaan 5W+1H.	(nama produk) didesain khusus untuk Anda yang hobi berlari di medan aspal maupun jalan setapak. Bagian tengah sol terbuat dari (nama bahan), membuat setiap hentakan kaki lebih empuk. Dikombinasikan dengan bagian tumit berbahan (nama bahan), (nama produk) memberikan gaya pantul yang lebih optimal dibandingkan sepatu lainnya. Hasilnya, Anda akan merasa berlari lebih cepat. Upper atau bagian atas (nama produk) tidak kalah istimewa. Lapisan (nama bahan) membalut kaki Anda dengan lembut, memberikan kenyamanan ekstra saat dikenakan. Bagian luar upper yang berongga memudahkan respirasi agar kaki bernafas lebih lega.
	Sebutkan spesifikasi atau detail produk dalam bentuk list.	Detail: <ul style="list-style-type: none">• Tinggi produk• Berat produk• Ukuran yang tersedia• Warna yang tersedia



Membuat Konten: Halaman FAQ (Pertanyaan yang Sering Diajukan)

Anda pasti akan sering mendapatkan berbagai pertanyaan dari konsumen. Mulai dari seluk-beluk produk hingga cara menggunakan menu yang ada di toko online Anda. Nah, dari semua yang diajukan, pasti ada pertanyaan-pertanyaan yang sama, bukan?

Sebaiknya, Anda kumpulkan pertanyaan-pertanyaan tersebut dan jawabannya dalam sebuah FAQ atau *frequently asked questions*. Contohnya seperti yang ada di *homepage* Niagahoster:



FAQ bisa jadi terlihat sepele. Namun, Anda mendapatkan dua manfaat dengan menambahkannya di website:

- **Memudahkan konsumen** – konsumen bisa mencari solusi dari pertanyaan mereka di halaman FAQ sebelum bertanya ke Anda atau customer service.
- **Memudahkan Anda** – keberadaan informasi di halaman FAQ bisa mengurangi jumlah konsumen yang bertanya langsung ke customer service. Alhasil, kinerja Anda atau customer service Anda jadi lebih efisien.

Nah, FAQ bisa saja diletakkan di *homepage* seperti pada contoh tadi. Akan tetapi, Anda juga bisa membuat halaman tersendiri untuk FAQ. Ini lebih disarankan apabila ada banyak informasi yang ingin Anda cantumkan.

Apa saja yang harus ditulis di halaman FAQ? Tentunya tergantung dengan produk dan mekanisme website Anda. Karena itu, kami tidak menyediakan template halaman FAQ. Namun, Anda bisa mengikuti tips-tips di bawah ini untuk memaksimalkan halaman FAQ.

1. Gunakan Sudut Pandang Konsumen

Bagi yang baru akan memulai bisnisnya, pasti belum berhadapan dengan pertanyaan-pertanyaan konsumen. Lalu, bagaimana Anda bisa mendapatkan bahan untuk konten halaman FAQ?

Anda tidak perlu menunggu pertanyaan dari konsumen untuk membuat FAQ. Cermati antarmuka website, deskripsi produk, dan mekanisme pelayanan toko Anda. Hal apa saja yang mungkin ditanyakan konsumen?

Melihat toko online Anda dari sudut pandang konsumen akan membantu Anda dalam membuat FAQ yang baik.

2. Buat Jawaban yang Mudah Dipahami

FAQ berfungsi untuk membantu memecahkan masalah atau menjawab keingintahuan konsumen, bukan justru membingungkan mereka.

Oleh karena itu, jawablah pertanyaan-pertanyaan konsumen dengan penjelasan yang mudah dipahami. Hindari juga istilah dan perumpamaan yang tidak lazim agar konsumen tidak salah paham.

3. Evaluasi FAQ Anda dari Waktu ke Waktu

Seiring berjalannya bisnis, Anda pasti akan menemukan pertanyaan selain di FAQ yang sering ditanyakan. Nah, pertanyaan-pertanyaan tersebut bisa ditambahkan ke halaman FAQ website Anda.

Jangan lupa juga untuk mengevaluasi pertanyaan yang sudah ada. Jika ada yang sudah tidak sesuai dengan faktanya, hapus pertanyaan tersebut.

4. Buat Kategori agar FAQ Lebih Rapi

Dengan daftar FAQ yang semakin mengular, konten halaman FAQ pasti jadi tidak karuan. Alhasil, konsumen pasti juga akan kesusahan mencari solusi yang diinginkan.

Jika sudah demikian, sebaiknya Anda mengelompokkan pertanyaan dan jawaban ke dalam kategori yang sesuai. Misalnya kategori produk, pembayaran, garansi, promo, dan lainnya.

Tech Support			
Produk	Pembayaran	Garansi	Promo
Pertanyaan A			+
Pertanyaan B			+
Pertanyaan C			+
Pertanyaan D			-
Pertanyaan yang sering ditanyakan 1 ?			
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.			

Nah, untuk membuat kategori-kategori di halaman FAQ seperti contoh di atas, Anda bisa memanfaatkan taksonomi WordPress. Ikuti [panduannya](#) di blog Niagahoster untuk mempelajari caranya!



Membuat Konten: Halaman Kebijakan Privasi

[Halaman kebijakan privasi](#) memberitahu bagaimana suatu website mengelola informasi dari pengunjung. Mulai dari detail informasi apa yang diambil, untuk apa informasi tersebut digunakan, dan bagaimana cara penyimpanannya.

Nah, halaman kebijakan privasi dibutuhkan untuk beberapa hal:

- Untuk meningkatkan kredibilitas website
- Untuk mematuhi hukum di Internet
- Sebagai syarat menggunakan tool pihak ketiga, misalnya Google Analytics dan Google Ads

Di bawah ini adalah poin-poin yang bisa Anda tuliskan di halaman kebijakan privasi beserta templatennya. Anda tinggal menyalin template dan menyesuaikannya dengan kebijakan yang berlaku di website Anda.

1. Pendahuluan

Bagian pendahuluan kebijakan privasi memberitahukan tentang informasi konsumen yang dikumpulkan oleh website. Di sini, Anda harus meyakinkan konsumen bahwa informasi tersebut tidak Anda salahgunakan. Sebutkan bahwa kebijakan privasi ini bertujuan untuk menjelaskan informasi apa yang dikumpulkan, penggunaannya, dan cara website mengumpulkannya.

Tampilkan juga tanggal pembaruan kebijakan privasi Anda di bagian ini. Alasannya, tidak tertutup kemungkinan bahwa Anda akan mengubahnya. Perubahan ini akan disebutkan sebagai salah satu poin kebijakan privasi nantinya.

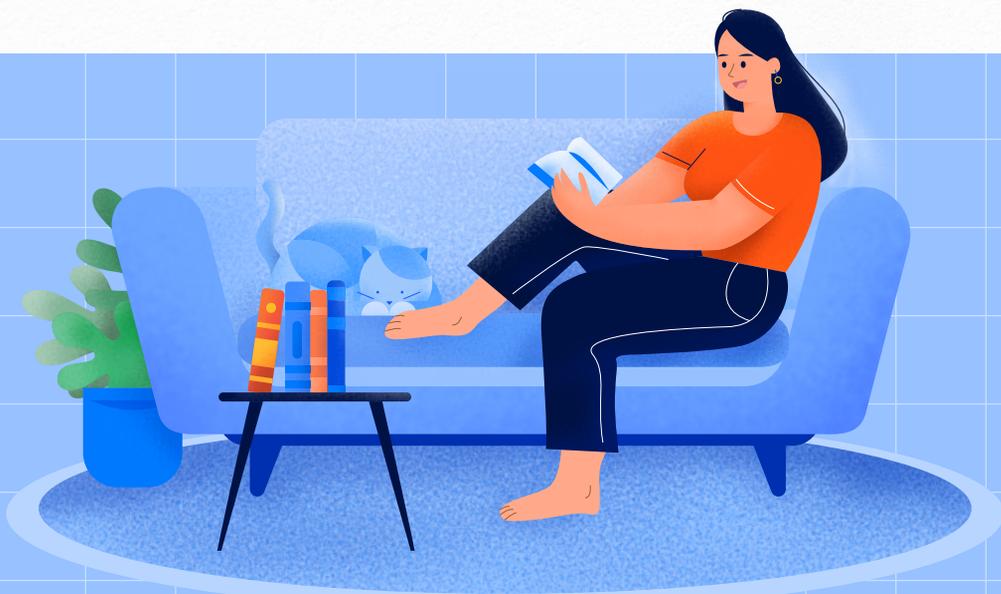
2. Jenis-Jenis Informasi yang Anda Kumpulkan

Di website toko online, ada banyak informasi pribadi yang diperlukan untuk menunjang kinerja website dan layanan Anda.

Untuk memberikan rasa nyaman kepada konsumen, sebutkan dengan lengkap jenis-jenis informasi yang Anda kumpulkan di bagian ini.

3. Metode Pengumpulan Informasi

Jika hanya menyebutkan jenis informasi yang dikumpulkan website, pengunjung justru akan curiga dengan Anda. Oleh karena itu, jelaskan cara pengumpulan informasinya di bagian ini.



4. Bagaimana Anda Menggunakan Informasi yang Telah Dikumpulkan

Anda bisa jadi sudah menyebutkan alasan pengumpulan informasi tentu di poin mengenai jenis-jenis informasi yang dikumpulkan. Namun, ada baiknya ada poin tersendiri yang menjelaskan penggunaan informasi-informasi tadi.

5. Membagi Informasi Konsumen dengan Pihak Ketiga

Pengembangan website tidak luput dari layanan-layanan pihak ketiga. Untuk menambahkan fitur-fitur di toko online, Anda pasti menggunakan berbagai plugin. Belum lagi, untuk menggunakan tool analytics, email marketing, dan platform beriklan.

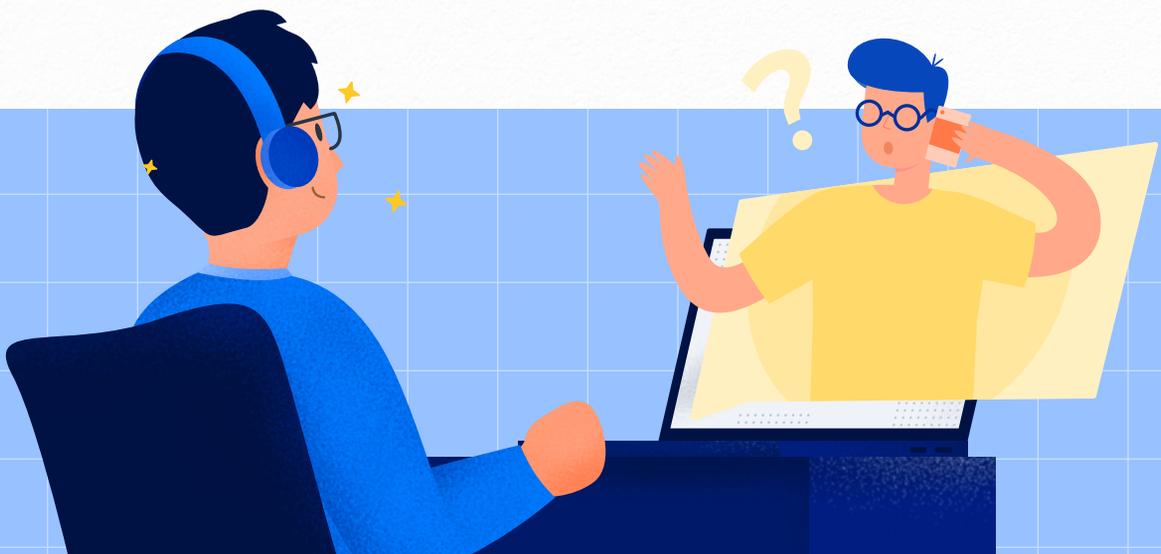
Biasanya, informasi teknis yang disebutkan di poin tentang jenis informasi otomatis diterima oleh layanan-layanan pihak ketiga yang membantu Anda dengan fitur tadi. Nah, penting bagi konsumen untuk mengetahui adanya pihak ketiga ini.

6. Komunikasi Antara Anda dengan Konsumen

Jika menerapkan strategi email marketing, Anda pasti mengirimkan email ke konsumen. Baik itu untuk menyambut konsumen yang barusan membuat akun maupun menyampaikan berita dan promo terbaru.

Hal tersebut terdengar sepele. Namun, konsumen berhak tahu kalau Anda akan mengirimkan email dari waktu ke waktu.

Selain itu, tidak semua konsumen menghendaki email yang bersifat promosional. Oleh karena itu, Anda harus menyediakan opsi untuk berhenti berlangganan di email yang Anda kirimkan. Tak lupa, jelaskan opsi tersebut di bagian kebijakan privasi ini.



7. Perubahan Kebijakan Privasi

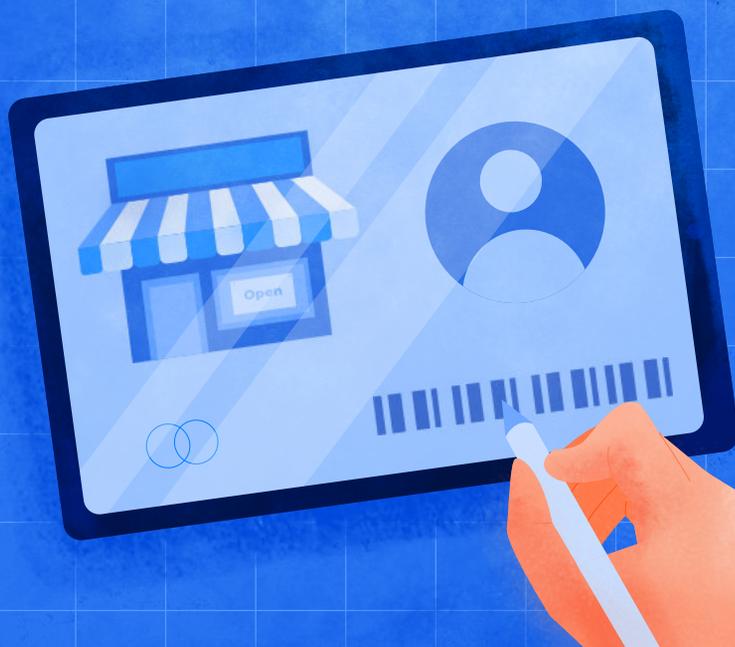
Isi dari kebijakan privasi tentunya bisa Anda ubah sesuai keperluan. Misalnya, ada jenis informasi konsumen lain yang dikumpulkan di website. Nah, agar konsumen tidak salah paham, beritahukan bahwa Anda punya wewenang ini. Jelaskan juga bahwa konsumen bisa cek tanggal pembaruan terakhir yang diletakkan di atas bagian pendahuluan.

8. Penghapusan Akun dan Penyimpanan Datanya

Data akun konsumen tersimpan di database website toko Anda. Nah, setelah konsumen menghapus akunnya, data tersebut masih tersimpan di database kecuali dihapus oleh Anda selaku pengelola website toko.

9. Informasi Kontak Anda

Di halaman beranda dan tentang kami website pasti sudah ada informasi kontak bisnis Anda. Namun, informasi ini sebaiknya juga ditampilkan di halaman kebijakan privasi. Dengan adanya informasi kontak, konsumen yang ingin menghubungi Anda ketika berada di halaman kebijakan privasi tidak perlu ke mana-mana.



Halaman Kebijakan Privasi

Isi kebijakan privasi memang banyak. Asyiknya, Anda tidak perlu pusing memikirkan kata-katanya. Langsung saja salin template di bawah ini untuk memulai.

Bagian Konten	
<p>Pendahuluan</p>	<p>Pembaruan terakhir tanggal: (hari)/(bulan)/(tahun)</p> <p>(nama toko) memahami bahwa informasi pribadi sangat rahasia. Oleh karena itu, (nama toko) berusaha untuk menjaga kenyamanan Anda sebagai konsumen.</p> <p>Di kebijakan privasi ini kami menjelaskan jenis-jenis informasi pribadi yang kami kumpulkan, cara pengumpulannya, dan perlakuan kami terhadap informasi tersebut.</p>
<p>Jenis informasi yang dikumpulkan</p>	<p>Kami menggunakan informasi pribadi Anda untuk mendukung layanan kami. Adapun informasi yang kami maksud adalah:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alamat email dan password untuk registrasi akun Anda di (nama toko) • Nama lengkap, alamat, kode pos, dan nomor telepon untuk memastikan pesanan Anda sampai tujuan <p>Selain informasi yang disebutkan di atas, kami juga mengumpulkan informasi teknis untuk meningkatkan mutu layanan kami, yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informasi perangkat dan jaringan internet Anda, meliputi jenis dan sistem operasi perangkat, web browser yang digunakan, dan internet protocol address jaringan internet. • Aktifitas Anda di situs web (nama toko), meliputi halaman-halaman yang Anda akses, waktu akses, dan durasi akses.
<p>Metode pengumpulan informasi</p>	<p>Kami mengumpulkan informasi Anda melalui beberapa cara, yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formulir registrasi akun di situs (nama toko) • Formulir pengiriman pesanan di situs (nama toko) • Cookies <p>Cookies adalah file yang dikirimkan server situs (nama toko) ke web browser Anda ketika mengakses situs web (nama toko). Cookies mengirimkan informasi teknis yang telah disebutkan di poin sebelumnya ke server situs web (nama toko) untuk meningkatkan mutu layanan (nama toko).</p>

Bagian Konten	
<p>Penggunaan informasi</p>	<p>Untuk menunjang layanan (nama toko), kami menggunakan informasi yang telah dikumpulkan untuk tujuan-tujuan berikut:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Untuk membuat dan menyimpan akun pengguna • Untuk memproses transaksi yang dilakukan pengguna di situs web (nama toko) • Untuk menghubungi pengguna melalui email perihal layanan di (nama toko) • Untuk penelitian dalam rangka mengembangkan situs web, layanan, dan produk (nama toko)
<p>Berbagi informasi dengan pihak ketiga</p>	<p>(nama toko) tidak pernah membagikan informasi pribadi konsumen kepada pihak manapun. Adapun demikian, informasi teknis konsumen kami bagikan dengan pihak ketiga, yaitu Google Analytics.</p> <p>Kami ingin memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen (nama toko). Oleh karena itu, kami menggunakan Google Analytics untuk memahami respon konsumen terhadap antarmuka, konten, dan metode transaksi di situs web (nama toko). Selain itu, Google Analytics kami gunakan untuk mengumpulkan informasi perangkat dan jaringan internet yang konsumen gunakan. Dalam prosesnya, kami membagikan informasi-informasi tersebut ke Google Analytics.</p>
<p>Komunikasi dengan konsumen</p>	<p>Kami menggunakan alamat email yang Anda gunakan dalam registrasi akun di situs web (nama toko) untuk memberikan rincian transaksi, newsletter, dan berita terkait layanan kami. Jika tidak berkenan, Anda dapat berhenti menerima semua email, kecuali yang berhubungan dengan transaksi. Anda dapat melakukan ini dengan klik tombol "berhenti berlangganan" yang ada di email kami.</p>
<p>Perubahan kebijakan privasi</p>	<p>Kebijakan privasi (nama toko) dapat berubah sewaktu-waktu untuk disesuaikan dengan kondisi bisnis atau hukum yang berlaku. Kami akan memberikan pemberitahuan tentang perubahan ini setidaknya 30 hari sebelum berlaku di halaman beranda situs web (nama toko) dan email. Dengan menggunakan layanan (nama toko) setelah berlakunya perubahan kebijakan privasi, konsumen telah dianggap setuju.</p>
<p>Penghapusan akun dan penyimpanan datanya</p>	<p>Konsumen berhak untuk menghapus akunnya di situs web (nama toko). Namun demikian, data akun konsumen tetap tersimpan di database situs web hingga (nama toko) hapus. Data tersebut tidak akan dibagikan kepada pihak manapun. Data tersebut digunakan untuk pengembangan layanan (nama toko).</p>



Membuat Konten: Syarat dan Ketentuan

Memiliki halaman syarat dan ketentuan adalah keharusan bagi website toko online. Halaman ini berisi aturan-aturan di website Anda yang harus dipahami konsumen.

Selain itu, syarat dan ketentuan juga bisa berisi aturan untuk melindungi toko online dari tindakan yang merugikan. Misalnya penjiplakan desain dan konten website.

Nah, apa saja yang bisa Anda sertakan di halaman syarat dan ketentuan?

Aturannya tentu tergantung dengan produk, layanan, dan kebijakan toko Anda. Namun, Anda bisa menggunakan template poin-poin umum untuk syarat dan ketentuan di bawah ini. Nanti, Anda tinggal mengembangkannya sesuai kebutuhan.

1. Ketentuan Umum

Sebelum membahas hal-hal yang lebih spesifik, bukalah konten halaman ini dengan ketentuan umum. Bagian ini berfungsi untuk memberitahu pengunjung, baik konsumen maupun bukan, bahwa toko online Anda memiliki aturan-aturan yang harus mereka setujui.

Infokan juga di bagian ini bahwa Anda berhak mengubah isi syarat dan ketentuan sewaktu-waktu. Karena itu, mintalah pelanggan untuk selalu memperhatikan perubahan yang Anda buat. Katakan bahwa Anda akan mengkomunikasikan perubahan tersebut di website atau melalui email.

2. Hak Cipta

Toko online Anda memiliki hak cipta atas semua aset yang ada di websitenya, termasuk:

- Database
- Source code
- Desain situs web
- Teks
- Gambar
- Logo

Nah, di bagian ini, beritahukan bahwa siapapun tidak diperbolehkan untuk menggunakan aset-aset tersebut tanpa seizin Anda.

3. Informasi Produk

Mencermati deskripsi produk sebelum membeli adalah hal lazim saat berbelanja online. Namun, seakurat apapun deskripsi yang Anda buat, bisa jadi ada konsumen yang merasa pesannya kurang sesuai. Misalnya, warna atau tampilan produk yang sedikit berbeda.

Kasus di atas adalah alasan diperlukannya ketentuan mengenai ketepatan informasi produk. Di bagian ini, jelaskan bahwa deskripsi dan foto produk Anda buat sejujurnya.

Selain itu, tambahkan juga bahwa harga di halaman produk adalah harga produk itu sendiri. Biaya yang harus dibayarkan pembeli adalah gabungan harga produk dan ongkos kirim.

4. Transaksi

Bisa jadi ada konsumen yang belum tahu cara berbelanja online. Atau, mungkin toko Anda memiliki cara transaksi tersendiri. Nah, Anda bisa menjelaskan langkah-langkahnya di bagian ketentuan transaksi.

Di bagian ini Anda juga harus menjelaskan tentang metode pembayaran dan mata uang yang Anda terima. Selain itu, katakan kepada konsumen bahwa transaksi bisa tidak diterima jika alamat pengiriman ada di luar jangkauan jasa pengiriman yang toko Anda tentukan.



5. Pengiriman

Ketentuan tentang pengiriman pesanan konsumen harus Anda jelaskan. Pasalnya, terkadang pesanan online tidak sampai tujuan karena kendala di jasa pengirimannya. Tentunya, hal tersebut tidak bisa dibebankan kepada toko Anda. Itulah alasannya Anda perlu menuliskan ketentuan pengiriman.

Selain kendala pengiriman, di bagian ini Anda juga bisa menjelaskan tentang cara melacak pengiriman dan harus atau tidaknya konsumen mengkonfirmasi penerimaan pesanan.

6. Retur dan Refund

Sebaik-baiknya pengecekan produk toko Anda, terkadang ada kecacatan yang luput dari perhatian. Nah, konsumen yang menemukan kecacatan tersebut harus diperbolehkan menerima produk pengganti atau pengembalian uang. Di bagian ketentuan retur dan refund, Anda diwajibkan untuk menjelaskan syarat-syarat pengajuan klaim tersebut.



Halaman Syarat dan Ketentuan

Sudah tahu poin-poin umum untuk syarat dan ketentuan di toko online, kan? Nah, sekarang saatnya membuat syarat dan ketentuan untuk toko Anda. Gunakan template di bawah ini dan sesuaikan dengan keperluan Anda.

Bagian Konten	
<p>Ketentuan Umum</p>	<p>Pembaruan terakhir: (hari)/(bulan)/(tahun)</p> <p>Dengan mengakses, mendaftarkan diri, dan bertransaksi di situs web (nama toko), Anda setuju untuk mematuhi semua syarat dan ketentuan yang berlaku. Jika tidak menyetujui syarat dan ketentuan ini, Anda diperkenankan untuk tidak menggunakan layanan di situs web (nama toko).</p> <p>(nama toko) berhak untuk mengubah syarat dan ketentuan sewaktu-waktu. Kami akan memberitahukan perubahan syarat dan ketentuan melalui email ke alamat email yang Anda gunakan untuk mendaftarkan akun di situs web (nama toko). Jika tidak membaca pemberitahuan tersebut, konsumen dimohon untuk memperhatikan tanggal pembaruan terakhir yang dicantumkan di syarat dan ketentuan ini.</p>
<p>Hak Cipta</p>	<p>(nama toko) memiliki hak cipta atas aset-aset yang ada di situs webnya. Aset-aset yang dimaksud meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Database • Source code • Desain situs web • Teks • Gambar • Logo <p>(nama toko) berhak menyelesaikan pelanggaran hak cipta atas aset-aset tersebut sesuai hukum yang berlaku.</p>
<p>Informasi Produk</p>	<p>Dengan melakukan transaksi di situs web (nama toko) konsumen dianggap telah membaca informasi produk. (nama toko) selalu berusaha untuk memberikan informasi dan foto produk sesuai kondisi yang sebenarnya.</p> <p>Perbedaan warna produk bisa terjadi akibat pengaturan pencahayaan dan warna pada layar perangkat yang konsumen gunakan saat mengakses situs web (nama toko).</p> <p>Harga yang dicantumkan di informasi produk adalah harga produk saja. Ongkos kirim dihitung secara otomatis tergantung jasa ekspedisi yang konsumen pilih dan alamat pengiriman. Ongkos kirim akan ditampilkan di rincian transaksi di halaman checkout.</p>

Template Konten

Bagian Konten	
Transaksi	<p>Dengan melakukan transaksi di situs web (nama toko) konsumen dianggap telah membaca informasi produk. (nama toko) selalu berusaha untuk memberikan informasi dan foto produk sesuai kondisi yang sebenarnya.</p> <p>Perbedaan warna produk bisa terjadi akibat pengaturan pencahayaan dan warna pada layar perangkat yang konsumen gunakan saat mengakses situs web (nama toko).</p> <p>Harga yang dicantumkan di informasi produk adalah harga produk saja. Ongkos kirim dihitung secara otomatis tergantung jasa ekspedisi yang konsumen pilih dan alamat pengiriman. Ongkos kirim akan ditampilkan di rincian transaksi di halaman checkout.</p>
Pengiriman	<p>Cara bertransaksi di situs web (nama toko) sama seperti di website dan marketplace pada umumnya. Konsumen mengakses halaman checkout untuk menuliskan alamat pengiriman dan memilih jasa ekspedisi yang disediakan (nama toko). Konsumen tidak dapat melanjutkan transaksi ke tahap pembayaran apabila alamat pengiriman berada di luar jangkauan jasa pengiriman.</p> <p>Jika berlanjut ke pembayaran, konsumen akan mendapatkan email dari (nama toko) perihal metode pembayaran. Konsumen bisa melakukan pembayaran melalui transfer bank ke rekening-rekening yang tercantum di bawah ini:</p> <ul style="list-style-type: none">• Rekening 1 (nomor rekening)• Rekening 2 (nomor rekening)• Rekening 3 (nomor rekening) <p>Detail rekening di atas juga tercantum di email transaksi yang akan diterima konsumen saat melakukan pembelian.</p> <p>Pembayaran hanya bisa dilakukan dengan mata uang Rupiah.</p> <p>Batas waktu pembayaran adalah 2x24 jam sejak pesanan diterima (nama toko). Pembayaran dianggap lunas saat (nama toko) menerima transfer dari konsumen. Konsumen harus melakukan konfirmasi pembayaran dengan mengklik tombol "konfirmasi pembayaran" yang ada di email pembelian.</p> <p>Apabila (nama toko) belum menerima pembayaran dalam 2x24 jam, (nama toko) berhak membatalkan transaksi. Konsumen tidak bisa membatalkan transaksi setelah melakukan pembayaran.</p> <p>Biaya transfer bank ditanggung oleh konsumen. Kendala dalam proses transfer bukan tanggung jawab kami.</p>

Template Konten

Bagian Konten	
Retur dan Refund	<p>Pesanan konsumen telah dicek ulang sebelum dikemas dan dikirim. Namun demikian, apabila mendapati cacat produksi, konsumen berhak menukarkan pesannya dengan produk yang sama. Konsumen bisa melaporkan hal tersebut ke customer service (nama toko).</p> <p>Permintaan retur dilayani paling lambat 3x24 jam setelah pesanan sampai di alamat pengiriman. Setelah batas waktu tersebut, pesanan dianggap tidak cacat.</p> <p>Pesanan yang dikembalikan harus disertai dengan keterangan cacat produksi yang ditemukan konsumen untuk mempermudah verifikasi. Biaya pengembalian pesanan ditanggung oleh konsumen. Namun, biaya pengiriman pengganti pesanan ditanggung oleh (nama toko).</p> <p>Setelah pesanan diterima, dicek, dan sesuai dengan keterangan yang diberikan konsumen, (nama toko) akan segera mengirimkan pengganti pesanan. Konsumen akan menerima email pengiriman disertai dengan nomor resi.</p> <p>Apabila stok produk pengganti sedang kosong, (nama toko) akan segera mengirimkan setelah stok ada kembali. Konsumen akan diberitahu melalui email.</p> <p>Apabila produk yang dikembalikan sudah tidak diproduksi lagi, (nama toko) mempersilakan konsumen untuk memilih di antara dua opsi berikut:</p> <ul style="list-style-type: none">• Produk pengganti dengan harga yang harganya sama atau setara.• Pengembalian uang atau refund. <p>Refund akan dilakukan melalui transfer bank dalam waktu 7 hari kerja dari tanggal kesepakatan refund. Besarnya nominal yang dikembalikan sesuai dengan yang tertera di rincian transaksi. Konsumen akan menerima email pemberitahuan perihal transfer tersebut.</p>

Ayo Buat Konten Toko Online Anda!



Ayo Buat Konten Toko Online Anda!

Di ebook ini, Anda sudah diajak untuk mempelajari tips membuat konten halaman toko online dan contohnya. Kini, saatnya Anda membuat konten website Anda!

Anda bisa mulai dengan menggunakan template di ebook ini dulu. Nanti, Anda tinggal mengembangkannya sesuai kebutuhan.

Nah, agar siap melayani banyak pengunjung, Anda juga butuh web hosting yang bisa diandalkan. Jika asal pilih hosting, bisa-bisa website lemot atau bahkan tidak bisa diakses.

Tidak ingin hal seperti itu terjadi, kan? Untuk itu, gunakan Cloud Hosting Niagahoster yang memiliki sumber daya besar dan terdistribusi. Website Anda dijamin stabil dan cepat dengan harga mulai dari Rp150.000 per bulan.

A promotional banner for Cloud Hosting Niagahoster. On the left, there is a blue box with white text: "Jadi tunggu apa lagi?", "Segera beli Cloud Hosting di Niagahoster dan buat toko online anda", and a yellow button that says "Beli Sekarang". On the right, an illustration shows a man sitting on a large blue beanbag chair, reading a tablet. A white cat is curled up on the floor next to him. In the background, there is a computer monitor displaying the text "Cloud Hosting" and a green "Get Started" button. A blue paper airplane icon is flying towards the right. The entire banner has a blue background with a white dashed line.

Copyright by :

