

Date tugas 5

Nama : Putri Anyelir

Npm : 2113046067

Prodi : Pendidikan Bahasa Lampung (A)

"Transformasi Digital"

f. Commerce di Indonesia terutama pada Penjualan Ritel masih terbilang cukup rendah yaitu sekitar 5-10 persen saja dari seluruh total penjualan ritel di Indonesia, hal ini disebabkan karena kurang berfokusnya Penjual atau produsen dalam Marketing produknya seperti Promo, kecepatan Pengiriman, Keselamatan produk, dan cenderung lebih berfokus pada review reseller, atau salesnya. Sangat berbeda dengan diluar negeri seperti U.S, China, contohnya amazon.com, bagaimana cara mereka dalam marketing yang review produknya lebih dominan daripada review SELLERNYA seperti yang terjadi di Indonesia. Pengamatan ini bisa dibuktikan di lapangan, dari permasalahan ini dapat disimpulkan bahwa kurang sepenuhnya dalam memaksimalkan kanal digital dibanding konvensional.

Omni atau gabungan antara online dan offline misalnya Webrooming yaitu Searching Product di

(KKY)

Date

dunia maya lalu membelinya secara langsung ke store. Selainnya ada Showrooming yaitu mengecek dan mencoba barang secara langsung dan membelinya secara online. 100% edgamentnya adalah kombinasi antara online - offline dalam dunia ritel.

Melihat transformasi marketing yang makin maju, mau tidak mau sebagai pengusaha kita harus mengikuti perkembangan zaman jika tidak ingin jatuh bangkrut. Meskipun begitu ada beberapa perusahaan yang tidak bisa 100% menjalankan perusahaannya melalui digital karena harus bertatap muka secara langsung dengan customer misalnya seperti kesehatan bank, asuransi, forum, dimana perusahaan harus membangun kepercayaan konsumen dengan cara konsultasi secara langsung.

Lalu ada industry hospital, healthcare, edukasi tourism, tidak bisa digantikan dengan teknologi karena tidak ada kehangatan atau kepercayaan yang tercipta jika menggunakan teknologi seperti robot. tetapi transaksinya bisa digunakan atau dilakukan secara online.