

Nama : Allya Nurhayati

NPM : 2113046049

Kelas : SA PBL

Lika-liku Digital Transformation

Digitalisasi itu adalah necessary evil, dikatakan begitu karena andai kita memiliki dua pilihan dan dua pilihan tersebut sama-sama rugi. Namun, pilihan pertama memiliki rugi yang lebih kecil daripada pilihan kedua, maka kita akan memilih pilihan yang paling tidak merugikan untuk kita. Misalnya di Capgemini, dilakukan riset ke berbagai perusahaan yang melakukan digital transformation, hasilnya di satu sampai dua tahun pertama perusahaan yang menjalankan digital transformation malah profitability atau keuntungannya semakin rendah. Hal ini terjadi alasan utamanya karena endgame-nya adalah omni.

Endgame dari pemasaran itu adalah kombinasi pemasaran konvensional dengan pemasaran digital (omni = gabungan dari offline dan online). Pembelian dan transaksi yang paling banyak dilakukan di market yang bersifat omni. Secara global ada 23% transaksi / pembelian di showrooming (melihat barang secara offline dan membelinya di online), webrooming 44% (melihat barang secara online dan membelinya di offline), 27% pure e-commerce, dan 6%

☐ Brick and mortar (^{Cari dan} pembelian langsung offline). Ini
☐ menjadi gambaran bahwa suatu saat nanti yang
☐ menjadi endgame-nya adalah market omni dimana kita
☐ tidak akan melihat semua pendekatan pemasaran
☐ itu akan 100% digital atau 100% konvensional.
☐ Jadi, disimpulkan bahwa endgame-nya adalah
☐ kombinasi antara konvensional dan digital atau
☐ kombinasi antara offline dan online. Ini adalah
☐ masa depan dari pemasaran.