

NAMA : DAFFA A2 ZAHRA

NPM : 2113046026

PRODI/KELAS: Pend. Bahasa Lampung / B

No.

Date: 30-9-23

Lika-Liku Digital Transformation

Digital marketing bagaikan necessary evil yang artinya jika kita memilih opsi pertama maka akan rugi, tapi jika kita memilih opsi lain maka akan rugi juga. Kita harus memilih mana yang paling sedikit kerugiannya.

E-commerce di Indonesia hanya berpengaruh 5-10%, dibanding Amerika 10%-15% dan China 15%-20%. Banyak retail sudah menggunakan kanal digital tetapi mereka belum sepenuhnya memaksimalkan kanal digital.

Tujuan terakhir dari pemasaran adalah kombinasi antara pemasaran online dan offline. Pembelian paling banyak pada saat ini adalah gabungan antara offline dan online.

Terdapat kegiatan Webrooming atau mencari produk dan layanan di dunia online lalu melihat produk secara langsung melalui toko offline. Kemudian ada proses Showrooming yaitu mencoba atau mencari barang melalui toko offline namun membelinya secara online.

Teknologi adalah hal yang sangat membantu manusia untuk mengurangi interaksi, namun manusia masih memerlukan interaksi seperti pameran produk agar mengetahui secara langsung barang yang akan dibeli.

Beberapa pekerjaan atau layanan yang berpotensi hilang dan digantikan oleh teknologi misalnya front liner atau

Teller di bank yang dapat digantikan oleh ATM dan mobile

☐ banking. Namun, ada juga beberapa layanan yang harus
☐ dilakukan oleh manusia, misalnya bidang kesehatan dan
☐ bidang pariwisata yang harus dilihat secara langsung oleh
☐ manusia. Dalam proses edukasi atau pendidikan juga masih
☐ membutuhkan manusia untuk mengajar, walaupun proses
☐ pembelajaran dapat dilakukan secara virtual.