

Nama : Rafina Lintang Pindani

NPM : 2113046036

Prodi : Pendidikan Bahasa Lampung (B)

Lika Liku Digital Transformation di Indonesia

Digitalisasi adalah sesuatu yg kompleks. Digitalisasi adalah necessary evil. Necessary evil itu kalau pilih yang pertama rugi, pilih yg kedua juga rugi. Tetapi yang pertama ruginya lebih sedikit, sehingga lebih pilih yang pertama. Itulah necessary evil. Kita harus memilih yang paling tidak merugikan.

Lanskap bisnis, industry yang juga menunjukkan karakter yang sama.

1. Industri ritel dan FMCG

e-Commerce di Indonesia hanya berkontribusi 5-10 % dari total penjualan ritel di Indonesia. Berbeda dengan negara yg lebih maju misalnya U.S berkisar 15-20 % penjualannya itu dari e-commerce atau China yg sudah 20-25 % dari total penjualan ritelnya datang dari e-commerce.

E-Commerce di Indonesia berbeda dengan negara lain. Di amazon.com produk review lebih dominan dari pada review terhadap sellernya sendiri.

Selain itu e-commerce ini masih sangat rendah di Industri ritel dan FMCG secara spending itu cuma

antara 5-10 % dari total ~~kgg~~ budget pemasaran ritel dan FMCG yang ditunjukkan ke kanal digital). Jadi masih sangat terbatas sekali jangkauan dari digital marketing di industri ritel dan FMCG. Karena banyak pemain FMCG lebih enggan untuk mengeluarkan budget lebih di kanal digital marketing.

Ini adalah contoh bagaimana pemain ritel dan FMCG sudah mulai mulai menggunakan kanal digital tetapi mereka blm dengan sepenuh hati memaksimalkan kanal ini dibandingkan dengan biaya atau resources yang mereka keluarkan untuk mengelola kanal-kanal tradisional seperti saluran distribusi yang memang konvensional melalui distributor, melalui grocer sampai dengan tingkat ritel.