

DIGITAL MARKETING STRATEGY

Bayu Purnama Putra

Wahyu Budi Setiawati

Nugroho Adi Putro

Abrori

Zompi



YAYASAN PUTRA ADI DHARMA

DIGITAL MARKETING STRATEGY

Penulis :

Bayu Purnama Putra
Wahyu Budi Setiawati
Nugroho Adi Putro
Abrori
Zompi

ISBN :

IKAPI : No.498/JBA/2024

Editor :

Umi Safangati Hidayatun

Penyunting :

Yayasan Putra Adi Dharma

Desain sampul dan Tata letak

Yayasan Putra Adi Dharma

Penerbit :

Yayasan Putra Adi Dharma

Redaksi :

Wahana Pondok Ungu Blok B9 no 1, Bekasi
Office Marketing Jl. Gedongkuning, Banguntapan Bantul, Yogyakarta
Office Yogyakarta : 087777899993
Marketing : 088221740145
Instagram : @ypad_penerbit
Website : <https://ypad.store>
Email : teampenerbit@ypad.store

Cetakan Pertama Mei 2025

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Buku ini hadir untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang strategi digital marketing, yang telah menjadi kunci utama dalam membangun dan mengembangkan bisnis di era digital saat ini. Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi dan penggunaan internet yang semakin meluas telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen. Digital marketing, yang mencakup berbagai teknik dan alat seperti SEO, media sosial, email marketing, dan iklan berbayar, telah memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens mereka secara lebih luas, lebih cepat, dan lebih terukur.

Sebagai bagian dari perkembangan bisnis, strategi digital marketing telah terbukti menjadi faktor penting dalam meraih sukses. Pemasaran digital menawarkan cara-cara baru dalam berkomunikasi, membangun hubungan, dan menciptakan pengalaman yang lebih personal bagi konsumen. Melalui pendekatan berbasis data, bisnis kini dapat mengukur efektivitas kampanye pemasaran mereka, mempersonalisasi konten, dan mengoptimalkan interaksi dengan pelanggan.

Namun, meskipun digital marketing menjanjikan banyak manfaat, tantangan yang dihadapi oleh para pemasar juga tidak sedikit. Pemahaman yang mendalam mengenai berbagai saluran digital, teknik-teknik analisis, dan adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen menjadi kunci kesuksesan. Oleh karena itu, buku ini bertujuan untuk memberikan panduan praktis yang komprehensif bagi para profesional dan praktisi bisnis yang ingin memahami dan mengimplementasikan strategi digital marketing yang efektif.

Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi para pembaca, baik yang baru memulai perjalanan mereka dalam dunia digital marketing maupun yang sudah berpengalaman dan ingin memperdalam pemahaman mereka tentang teknik dan alat terbaru dalam pemasaran digital. Melalui penyajian konsep, strategi, dan studi kasus, buku ini diharapkan dapat membantu Anda merancang dan mengimplementasikan strategi digital marketing yang berhasil untuk mencapai tujuan bisnis yang lebih besar.

Selamat membaca dan semoga buku ini memberikan banyak manfaat dalam perjalanan pemasaran digital Anda.

Penulis

Pengantar Strategi Digital Marketing

Dalam era transformasi digital yang berkembang pesat, strategi pemasaran konvensional tidak lagi cukup untuk memenangkan persaingan di pasar global. Digital marketing atau pemasaran digital telah menjadi tulang punggung dalam menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan efisien. Melalui pemanfaatan teknologi dan platform digital seperti media sosial, mesin pencari, email, dan konten digital, perusahaan mampu membangun komunikasi yang lebih personal dan terukur dengan pelanggan.

A. Definisi Digital Marketing

Digital marketing adalah suatu bentuk kegiatan pemasaran yang memanfaatkan media digital dan internet sebagai sarana utama untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek kepada konsumen. Berbeda dengan pemasaran tradisional yang lebih mengandalkan media cetak, televisi, atau radio, digital marketing memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens secara lebih spesifik dan interaktif melalui berbagai platform digital seperti website, media sosial, mesin pencari, email, hingga aplikasi mobile. Strategi digital marketing dirancang berdasarkan data dan analitik untuk memahami perilaku konsumen secara real-time, sehingga pemasaran dapat dilakukan secara lebih personal dan efektif. Dalam konteks bisnis modern, digital marketing tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga menjadi bagian integral dari komunikasi merek, pelayanan pelanggan, hingga pengumpulan umpan balik untuk pengembangan produk atau layanan. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang digital marketing menjadi sangat penting dalam merancang strategi bisnis yang adaptif dan kompetitif di era digital saat ini.