

DIGITAL MARKETING TREND DALAM MENGOPTIMALKAN MEDIA PEMASARAN LEBIH EFEKTIF UNTUK PENINGKATAN PENDAPATAN PERUSAHAAN

Fransisca Desiana Pranatasari, S.E., M.M.
Universitas Ciputra, Surabaya
fransisca.desiana@ciputra.ac.id

ABSTRAK

Untuk meningkatkan pendapatan perusahaan, divisi pemasaran harus mampu untuk menentukan media pemasaran / *channel* yang paling efektif sebagai *brand awareness* produk tertentu. Semakin berkembangnya jaman, tren media pemasaran secara *offline* pun berubah menjadi *digital marketing*. Perkembangan digital ini tidak hanya dialami oleh Indonesia, seperti fenomena yang terjadi di China, dimana pengguna internet China menduduki peringkat pertama dunia yaitu mencapai 538 juta orang. (Serfiani, et al, 2013:3). Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan mengambil data sekunder sebagai data pengolahan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan purposive sampling. Penelitian ini ingin mengungkapkan peran digital marketing dalam mengoptimalkan peningkatan pendapatan perusahaan. Penelitian ini dimulai dengan menjelaskan fenomena *digital marketing* di Indonesia, sehingga didapatkan kunci keberhasilan sebuah program *digital marketing* serta menggambarkan beberapa ukuran pencapaian keberhasilan sebuah *digital marketing*.

Kata kunci: pemasaran, e business, perilaku konsumen