

## PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA PT. INDO BISMAR

**Enjelina Novita Sari**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[enjelinanovitasari@gmail.com](mailto:enjelinanovitasari@gmail.com)

**Diva Amalia Putri**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[divaamalia17@gmail.com](mailto:divaamalia17@gmail.com)

**Gustaf Naufan Febrianto**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[gfebrianto@untag-sby.ac.id](mailto:gfebrianto@untag-sby.ac.id)

***Abstrak.** PT. Indo Bismar is an IT distributor company that sells and services electronic goods. In the marketing department, especially in the product sales department, there were problems with decreasing the number of sales. And one way is to implement a marketing strategy. Marketing strategies must be carried out effectively so that sales can increase. Marketing activities generally focus on products, pricing, distribution policies, and promotion methods, which in this case are known as the marketing mix. Marketing mix activities play an important role for the survival of a company. The main objective of this article is to review the marketing strategy of PT. Indo Bismar with the Gebyar Vaganza event. This progress is considered very useful as a business marketing strategy which is also carried out by PT. Indo Bismar. The use of E-business, E-commerce, social media, social chat and even advertising really supports PT. Indo Bismar in promotion, marketing and sales. The results of this article find that digital marketing has a significant effect on increasing product sales at PT. Indo Bismar. This finding illustrates to business actors that the application of media as a digital strategy is very effective in running a business.*

***Keywords:** Digital Marketing Strategy, PT Indo Bismar, Digital Marketing, Social Media*

**Abstrak.** PT. Indo Bismar adalah perusahaan distributor IT yang menjual dan melayani barang-barang elektronik. Pada bagian pemasaran khususnya pada bagian penjualan produk terjadi permasalahan penurunan jumlah penjualan. Dan salah satu caranya adalah dengan menerapkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran harus dilakukan secara efektif agar penjualan dapat meningkat. Kegiatan pemasaran umumnya berfokus pada produk, penetapan harga, kebijakan distribusi, dan metode promosi, yang dalam hal ini dikenal dengan bauran pemasaran. Kegiatan bauran pemasaran memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Tujuan utama dari artikel ini adalah untuk meninjau strategi pemasaran PT. Indo Bismar dengan acara

Gebyar Vaganza. Kemajuan ini dinilai sangat bermanfaat sebagai strategi pemasaran bisnis yang juga dilakukan oleh PT. Indo Bismar. Penggunaan E-business, E-commerce, social media, social chat bahkan advertising sangat mendukung PT. Indo Bismar dalam promosi, pemasaran dan penjualan. Hasil dari artikel ini menemukan bahwa digital marketing berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan produk pada PT. Indo Bismar. Temuan ini memberikan gambaran kepada pelaku usaha bahwa penerapan media sebagai strategi digital sangat efektif dalam menjalankan bisnis.

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran Digital, PT Indo Bismar, Pemasaran Digital, Media Sosial

## **A. PENDAHULUAN**

Era modern sekarang ini, dimana teknologi digital berkembang dengan sangat pesat, sehingga memungkinkan manusia bisa menyelesaikan berbagai aktivitasnya dari rumah ataupun kantor. Di era digital seperti saat ini dimana teknologi memungkinkan Anda untuk membeli dan menjual dengan hanya satu sentuhan jari lalu bertransaksi dengan orang-orang dari belahan dunia lain. Hari ini bisnis perlu menggunakan alat pemasaran digital terbaru dan paling efektif untuk memaksimalkan jangkauan ke pelanggan yang dirasa potensial sehingga berdampak pada penjualan yang sukses. Pemasar di dunia saat ini terus dibanjiri dengan berbagai ide baru, platform baru untuk mempromosikan bisnis mereka, dan teknologi baru untuk dimanfaatkan.

Meskipun inovasi ini sering kali bermanfaat bagi mereka, mengikuti perubahan dengan cepat dapat membuat para pemasar menjadi kewalahan. Meski masih bisa bertahan, bisnis tidak bisa lagi mengandalkan taktik pemasaran tradisional saja. Pemasaran digital memiliki tantangannya tersendiri, mengikuti perkembangan teknologi yang terus berubah setiap saat. Termasuk PT. Indo Bismar yang juga menerapkan Teknik Digital Marketing untuk memasarkan produknya. Digital Marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi produk menggunakan media digital atau internet. Tujuan digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Seperti yang kita tau, penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan. Akibatnya, perusahaan saling berkompetisi membuat konten yang menarik untuk ditampilkan dalam pemasarannya di dunia maya.

PT. Indo Bismar merupakan perusahaan multi produk yang bergerak dibidang penjualan grosir dan retail notebook/computer, smartphone (IT) yang notabennya teknologi yang menjadi pendukung utama kegiatan manusia. PT. Indobismar didirikan pada tahun 2000, yang awalnya hanya bergerak dibidang IT hingga sekarang PT. Indo Bismar sudah memiliki 5 anak perusahaan, diantaranya yaitu PT. BIZ TELCOM INDONESIA , PT. DAZZ GLOBAL CONSULTINDO,

RESTORAN JOSS GANDOS, CLURING WATERPARK BANYUWANGI , DAN BISMAR E-BIKE. Selain itu PT. Indo Bismar juga memiliki Pondok Pesantren Bismar Al-Mustaqim. PT. Indobismar memiliki 24 cabang yang berada di daerah Banyuwangi sampai dengan Jogjakarta. Untuk kawasan Surabaya, cabangnya terletak di daerah Rungkut, Bratang, Wadung Asri, Jemur Sari dan Bendul Merisi. Letak kantor pusat PT. Indobismar berada di Jl. Bendul Merisi Selatan XI No. 59-61, Bendul Merisi, Kec. Wonocolo, Surabaya.

Didalam penerapan Teknik Digital Marketing tentunya juga memiliki banyak tantangan. Salah satu tantangan terbesar adalah Persaingan yang Ketat, Ada banyak entitas yang mencoba memenangkan pasar di internet, dan PT. Indo Bismar tentunya bukan satu-satunya yang mempelajari dan menerapkan alat pemasaran untuk memperluas wilayah pemasaran. Persaingan bisa menenggelamkan bisnis. Dalam persaingan bisnis, pemasar yang gagal mendapatkan keunggulan pada akhirnya akan seluruhnya gagal. Begitulah kompetisi dalam pemasaran digital bekerja. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi yang baik untuk menghindari persaingan

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Strategi Pemasaran Digital**

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi tidak dapat dihindari dalam kehidupan modern. Sebab, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi akan diiringi dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi yang diciptakan akan membawa manfaat positif, banyak kemudahan, dan cara baru dalam melakukan aktivitas yang berhubungan dengan kehidupan manusia. Khususnya di bidang teknologi, perusahaan menikmati banyak keunggulan yang diciptakan oleh inovasi dalam satu dekade terakhir. Upaya penerapan digital marketing adalah memungkinkan mereka untuk mulai mempromosikan bisnis makanan dalam aplikasi digital melalui sosialisasi atau kontak dengan entitas komersial. Dunia digital marketing semakin hari kian berkembang. Banyaknya peluang dan “pemain” baru berbanding lurus dengan ketatnya persaingan yang terjadi. Jika tidak berhati-hati, bisa jadi akan terpelehet. Jika tidak memiliki “senjata yang ampuh” maka sangat mungkin Anda akan kalah dalam persaingan.

Khan & Siddiqui dalam jurnalnya yang dikutip dari Purwana ES dkk, mengemukakan bahwa konsep digital marketing berasal dari internet dan mesin pencari (search engines) pada situs (Khan & Siddiqui, 2013). Ketika puncak penggunaan internet di tahun 2001, pasar didominasi oleh Google dan Yahoo sebagai search engine optimization (SEO). Dan penggunaan pencarian melalui internet berkembang pada tahun 2006 dan pada tahun 2007 penggunaan perangkat mobile meningkat drastis yang juga meningkatkan penggunaan internet di masyarakat dari berbagai penjuru dunia mulai berhubungan satu sama lain melalui media sosial.

Menurut Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan, digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding (pengenalan merek) yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, jejaring sosial dan tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang internet marketing tapi lebih dari itu (Tarigan & Sanjaya, 2013).

Dalam buku *Art of War*, Sun Tzu berkata, "Kesempatan untuk mengamankan diri dari kekalahan terletak di tangan kita sendiri," dan untuk menang, "Caranya adalah menghindari yang kuat dan menyerang yang lemah". Hal ini berarti bahwa agar kesuksesan bisnis terjadi, adalah bijaksana untuk menghindari pasar yang terlalu jenuh dan perlu menemukan dan berinovasi pada segmen demografis tertentu. Untuk itu, Anda harus memiliki target pasar yang akan membeli produk yang Anda tawarkan. Ketika Anda sudah memiliki target pelanggan, Anda memiliki kesempatan untuk memasarkan dengan presisi tepat; pemasaran bertarget memberikan Anda pengetahuan yang sangat spesifik tentang perilaku, gaya hidup, dan kebutuhan si pelanggan.

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu blog, website, e-mail, adwords, dan berbagai macam jaringan media sosial. Pengertian digital marketing adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep, ide, harga, promosi dan distribusi. Setiap perusahaan harus mempunyai Divisi Digital Marketing untuk melakukan pemasaran dan branding perusahaan menggunakan berbagai media digital untuk meningkatkan brand awareness. Brand awareness mampu meningkatkan kepercayaan pembeli sehingga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembeli.

Dalam persaingan bisnis, digital marketing atau promosi digital sangat dibutuhkan. Pemasaran digital diperlukan untuk membangun kelangsungan bisnis. Tidak ada yang bisa memprediksi persaingan seperti apa yang akan terjadi di masa depan. Hal ini jelas menjadi beban berat bagi para pelaku usaha, dan semakin luasnya terpaan mereka ke berbagai dunia, membuat

para pelaku usaha menghadapi berbagai persaingan. Memasuki dunia digital, persaingan akan semakin ketat, jika tidak ada pemasaran digital yang baik akan menyebabkan kebangkrutan. Untuk itu, diperlukan digital marketing secara menyeluruh mulai dari awal membangun hingga pengembangan bisnis. Beberapa perusahaan secara bertahap meninggalkan model pemasaran tradisional dan beralih ke pemasaran modern. Melalui pemasaran digital, Anda dapat berkomunikasi dan berdagang kapan saja/real-time. Anda dapat mengunjungi seluruh dunia. Anda dapat melihat berbagai komoditas melalui Internet.

Sebagian besar informasi tentang berbagai komoditas sudah tersedia di Internet. Kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya (Kotler & Keller, 2008). Sehingga, pelaku usaha bisa terus berinovasi dan kreatif dalam membuat sebuah produk di dunia digital.

### **C. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan pertanyaan dan prosedur yang muncul dan data biasanya dikumpulkan melalui analisis data, secara induktif membangun dari fakta-fakta kemudian dirumuskan menjadi suatu kesimpulan atau generalisasi dan peneliti membuat interpretasi tentang makna dari data yang didapat. (Creswell, 2016) Dengan metode ini para peneliti akan menjelaskan hasil analisis dari data yang telah dikumpulkan dengan jelas dan terperinci.

Fokus penelitian ini adalah pada penerapan strategi digital marketing oleh PT. Indo Bismar dalam proses awal meningkatkan penjualan produk sampai analisa keberhasilan perusahaan untuk mencapai target penjualan yang diharapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan teknik wawancara mendalam (in-depth interview) kepada narasumber internal yang merupakan Staff Divisi Digital Marketing di PT. Indo Bismar sebagai data primer dan juga data sekunder yang merupakan informasi berupa desain promo, publikasi dan kesimpulan hasil keberhasilan promo. Selain itu untuk memperkuat hasil dari penelitian ini, para peneliti juga terjun langsung atau observasi dengan melihat bagaimana customer PT. Indo Bismar tertarik akan promo yang tengah berjalan. Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 27 Juli 2023 secara langsung dengan durasi wawancara kurang lebih 1 jam pukul 10:00 – 11:00 WIB.

Digital marketing merupakan salah satu media yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat sebagai pendukung dalam kegiatan sehari-hari (Saputra et al., 2020). Digital marketing menurut American Marketing Association (AMA) adalah aktivitas, institusi, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen serta pihak yang berkepentingan lainnya (Kannan & Li, 2017) Digital marketing menggambarkan manajemen dan pelaksanaan pemasaran menggunakan media elektronik. Dave mengatakan bahwa digital bisnis adalah how companies apply digital technology and media to improve the competitiveness of their organization through optimizing internal processes with online (Chaffey et al., 2015).

#### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Di dalam penelitian ini dijelaskan beberapa temuan yang telah diolah oleh peneliti mengenai meningkatkan penjualan produk dengan Teknik pemasaran digital (digital marketing).

Hasil dalam penelitian ini merupakan wujud dari pengamatan selama 1 semester magang di perusahaan yang bergerak di bidang IT, Penelitian ini juga telah mencapai beberapa hasil signifikan yang sebelumnya telah dijelaskan beberapa temuan dan diolah oleh peneliti mengenai strategi pemasaran dengan cara digital (digital marketing) untuk meningkatkan penjualan. Melalui pengalaman magang di PT. Indo Bismar juga membuat saya dapat mengamati dan terlibat dalam beberapa aspek operasional perusahaan dalam melakukan strategi tersebut. Dari berbagai teknik pemasaran digital yang umum di gunakan oleh kebanyakan, Contohnya seperti Teknik SEO, Sosial media marketing, Konten Marketing, Affiliate Marketing, PPC dan Email marketing. Divisi Digital Marketing PT. Indo Bismar sendiri telah menerapkan 2 diantaranya yaitu Konten Marketing dan Sosial Media Marketing.

Tim Digital Marketing PT. Indo Bismar mengadakan Event Undian Berhadiah. Event ini telah dilaksanakan 2x pada tahun 2022 dan pada tahun 2023 dengan tema “Gebyar Vaganza PT. Indo Bismar”. Dengan Adanya event ini juga membantu meningkatkan hasil penjualan beserta memasarkan produk baru yang ada di PT. Indo Bismar yaitu Sepeda Listrik dan Motor Listrik. Selain itu, diselenggarakannya event ini juga sebagai salah satu bentuk apresiasi kepada pelanggan setia serta menjalin hubungan baik antar perusahaan dan *customer*. Event Gebyar Vaganza ini mulai terlaksanakan dari tanggal 3 Desember 2022 – Maret 2023. Akan tetapi, banyak dari

pelanggan setianya untuk meminta perpanjangan waktu. Sehingga event ini diperpanjang sampai dengan 6 April 2023 dan akan diumumkan pada tanggal 7 April 2023 secara live.

Adapun syarat dan ketentuannya sebagai berikut:

1. Berlaku untuk pembelian handphone dan laptop dengan minimal belanja Rp 1.000.000 dan kelipatan
2. Customer wajib follow semua media sosial PT. Indo Bismar  
 Instagram : @indobismar  
 Facebook : @indobismar  
 Youtube : @indobismar  
 Tiktok : @indobisamargroup
3. Tidak berlaku bagi karyawan dan keluarga Indo Bismar. Pemenang pure dari pelanggan setia Indo Bismar

Hadiahnya berupa: TV, 2 RICE COOKER, 2 KIPAS ANGIN, 2 HP, SEPEDA LISTRIK, 2, SEPEDA MOTOR LISTRIK, LAPTOP.



Gambar 1: Pamflet Promosi di media sosial Instagram @indobismar  
 (<https://www.instagram.com/indobismar/>)

Kemudian hasil Penerapan Digital Marketing tentang peningkatan penjualan produk di dalam event ini yakni dengan memanfaatkan media social untuk menjembatani proses keberhasilan event ini. Kemudahan masyarakat dalam mengakses internet semakin canggih dan mudah dijangkau masyarakat luas. Internet memberikan dampak positif maupun negative kepada para penggunanya. Masyarakat menggunakan media social untuk berbagi pendapat, mencari informasi dan berbagai cerita tentang pengalaman mereka. Bahkan untuk saat ini internet atau media social sangat membantu dalam ekonomi, banyak sekali sekarang pengguna media social memanfaatkannya untuk berjualan atau promosi barang dagangan. Membuat konten disosial media adalah salah satu hal yang digunakan untuk mempromosikan event ini. Hasil temuan Teknik Digital Marketing ini tentang peningkatan penjualan produk di dalam event ini yakni, selain mempromosikan di dalam social media, opsi lain yakni Divisi Digital marketing menawarkan langsung kepada customer PT.

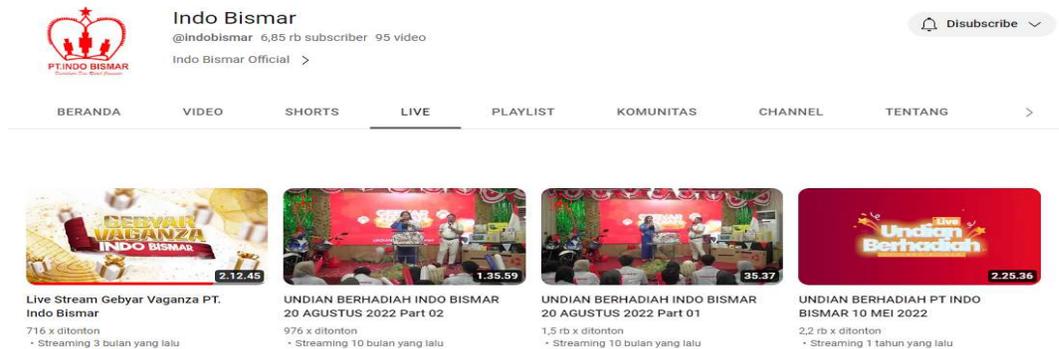
Indo Bismar untuk mengikuti event yang sedang berjalan melalui cara membuka stand di Mall Maspion Square Surabaya. Direct marketing ini penting diterapkan pada setiap event. Perlu diketahui bahwa customer PT. Indo Bismar yang datang untuk berkontribusi meramaikan event ini bukan hanya dari media social. Karena PT. Indo Bismar berdiri sudah 23 tahun lamanya. Untuk customer setia dan Rekan yang telah bekerja sama dengan Indo Bismar tentunya mungkin tidak perlu lagi yang namanya media social. Karena itu bahwa menawarkan langsung kepada customer juga hal yang penting untuk membantu mensukseskan event ini

Untuk menunjang suksesnya acara ini Tim Digital Marketing setiap harinya juga membuat promosi di media sosial dengan mengupload konten sebanyak 3-5 vidio ditiap harinya.



Gambar 2: Promosi dengan cara upload vidio/foto di Instagram dan Tiktok  
(<https://www.instagram.com/indobismar/>)  
([https://www.tiktok.com/@indobismargroup?\\_t=8dpkzWZfdc9&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@indobismargroup?_t=8dpkzWZfdc9&_r=1))

Undian dilaksanakan live di Maspion Square Surabaya dan juga secara live di official Instagram serta Youtube @indobismar pada tanggal 7 April 2023 jam 15.00 WIB.



Gambar 3: Pengumuman Pemenang di Live Official Youtube @indobismar (<https://www.youtube.com/live/GQdx8c6fzu8?feature=share>)

Terakhir yakni melalui digital marketing. Di era ini, kemajuan media sosial sangat berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis. Apalagi media social juga mempunyai fitur “ads”. Dimana fitur ini sangat membantu untuk mempromosikan untuk dijangkau oleh banyak orang. Ads menyediakan beberapa pilihan format iklan antara lain, format gambar, video, dan beberapa gambar dalam satu postingan. Di sinilah yang membuat fitur semakin menarik pengguna lain. Tidak hanya itu, ADS juga bisa memilih mengiklankan bisnis kita melalui postingan atau instastory. Pengguna jadi lebih tertarik melihat produk atau mengunjungi profil daribrand kita. Maka dari itu PT. Indo Bismar sendiri juga menggunakan Instagram ads dan TikTok ads untuk mengiklankan berbagai promo atau postingan. Untuk mensukseskan promo yang sudah dibuat.

Berikut adalah data pemenang undian Gebyar Vaganza:



Gambar 4: search at <https://www.instagram.com/indobismar/>

Selain itu juga ada pemenang kuis live Instagram dan Youtube:



Penerapan strategi marketing ini terbukti membawa keberhasilan bagi PT. Indo Bismar dikarenakan dapat meningkatkan hasil penjualan pada produk Handphone dan Laptop. Bukan hanya itu saja, banyak masyarakat jadi mengetahui tentang perusahaan ini terutama pada produk baru di perusahaan ini yaitu Sepeda dan Motor listrik. Hal yang dapat menunjang bukti keberhasilan strategi ini dengan diketahui meningkatnya penjualan di PT. Indo Bismar yang dapat dilihat dari banyaknya kupon undian yang sampai ribuan kupon yang sudah terkumpul. Penerapan Hal ini tentunya ditunjang oleh implementasi Teknik Digital Marketing yang sangat baik. Dengan cara bagaimana membuat customer tertarik dengan konten kita dan juga mengenai Teknik copywriting yang secara tidak langsung membuat bagaimana informasi yang tersampaikan dengan baik kepada customer menjadikan event ini berjalan lancar. Tidak hanya itu, penyelarasan selera customer baik yang di online maupun offline juga berhasil. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa proses pembuatan event 2023 ini merupakan hasil analisa event sebelumnya pada tahun 2022.

## **E. KESIMPULAN**

Strategi pemasaran digital ini sangat dibutuhkan dalam perusahaan karena dapat menjangkau pasar lebih luas. Selain itu juga dengan adanya event ini sebagai salah satu untuk meningkatkan penjualan dapat dikatakan berhasil. Strategi pemasaran digital atau Digital Marketing sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan. Digital Marketing merupakan pemanfaatan segala bentuk saluran dan peluang Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan agar lebih mudah dalam mengenalkan produknya kepada customer. Konten tersebut yang nantinya akan memberi pengaruh kepada customer baik tentang keputusan pembelian atau tertarik dengan promo dan event perusahaan. PT. Indo bismar sukses bertahan dengan menerapkan Strategi Pemasaran Digital yaitu Sosial Media Marketing dan Konten Marketing. Penerapan Digital Marketing juga digunakan pada segala event perusahaan, salah satunya adalah pada event ‘Gebyar Vaganza Indo Bismar’. Event tersebut dikatakan berhasil dengan penerapan Digital Marketing dalam proses pembuatan promosi sampai di tahap berlangsungnya kegiatan event yang meliputi analisa hasil Event sebelumnya. Promo dikatakan sukses karena pada saat Berlangsungnya Stand Event Gebyar Vaganza Indo Bismar di Mall Maspion Square rata-rata perharinya berhasil membuat Stand terpantau selalu ramai dan terhitung banyak Customer menyetorkan kupon undian, yang secara tidak langsung menjelaskan bahwa penjualan produk PT. Indo Bismar sudah berhasil terjual meningkat. Mengingat bahwa syarat untuk mendapatkan kupon tersebut dengan melalui minimal pembelanjaan sebesar Rp. 1.000.000.

## DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2016). *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. 4th ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler, Philip. (2005). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Witdy Pengestika. Digital Marketing: Pengertian dan Jenis Strategi Penerapan Bisnis oleh Mekari Jurnal (2022). Diakses 10 Juli 2023 dari <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>.
- Patrick Trusto. 4 Tantangan Besar dalam Digital Marketing oleh WartaEkonomi.co.id (2020). Diakses 10 Juli 2023 dari <https://wartaekonomi.co.id/read308282/4-tantangan-besar-dalam-digital-marketing>
- Bisnisadm. Solusi Mengatasi Persaingan Digital Marketing Strategy yang Semakin Kompetitif oleh bisnisbisnis.id (2018). Diakses 10 Juli 2023 dari <https://bisnisbisnis.id/2018/02/04/solusi-mengatasi-persaingan-digital-marketing-strategy-yang-semakin-kompetitif/>
- Aufi Ramadhania Pasha. 7 Langkah Cerdas Menerapkan Digital Marketing dalam Bisnis oleh cermati.com (2020). Diakses 10 Juli 2023 dari <https://www.cermati.com/artikel/7-langkah-cerdas-menerapkan-digital-marketing-dalam-bisnis>
- Muhamad Hafidz Ardian. Digital Marketing dalam Dunia Usaha oleh yoursay.id (2021). Diakses 10 Juli 2023 dari <https://yoursay.suara.com/ulasan/2021/12/31/191604/digital-marketing-dalam-dunia-usaha>