

# MANAJEMEN PEMASARAN ONLINE

Penulis

Wan Suryani, Dwi Permata Sari, Christine Adventine Silitonga,  
Gracesilia Anastasya Budiman. Fajar Rodes Siregar, Sundari br  
Sembiring, Muhammad Haekal Oemry, Amoy fransiska sari Br  
Sirait, Mihal Sion Br Ginting Manik, Imel Keszia Br Sagala

Desain Cover :  
Stepany Melani Br. Ginting

Edit Layout :  
Stepany Melani Br. Ginting

Editor  
Wan Suryani

ISBN .....

**Hak cipta dilindungi oleh undang-undang dilarang mengutip atau  
memperbanyak Sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa seizin  
tertulis dari Penerbit**

Diterbitkan oleh:  
**Universitas Medan Area Press**

**Address: Jalan Kolam Nomor 1, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei  
Tuan, Deliserdang, Sumatera Utara**  
**Telephone:061-7366878, e-mail: [umapress014@gmail.com](mailto:umapress014@gmail.com)**

## KATA PENGANTAR



Segala Puji bagi Allah, Tuhan sekalian alam atas Rahmat, Taufiq, dan Hidayah yang sudah Diberikan sehingga Penulis mampu menyelesaikan buku ini. Tujuan dari penulisan buku ini adalah untuk membantu para mahasiswa di dalam memahami perkembangan pemasaran dari waktu ke waktu dan manajemen pemasaran online di era digital dan untuk memenuhi salah satu tugas yang diberikan oleh dosen pada mata kuliah pemasaran. Buku ini ditulis oleh mahasiswa-mahasiswa program studi manajemen Universitas Medan Area. Diharapkan, buku ini dapat digunakan oleh mahasiswa yang mengambil mata kuliah manajemen pemasaran di program studi manajemen.

Pada era ini, pemasaran telah berpindah dari era tradisional ke era digital, yang membawa perubahan yang signifikan dalam cara mengatasi masalah pemasaran dan mencapai konsumen. Dalam buku ini, kami akan mengajarkan Anda tentang strategi dan teknik pemasaran digital yang efektif,

serta cara mengatasi masalah yang muncul dalam manajemen pemasaran di era digital.

Pada bab pertama, kami akan membahas pendahuluan tentang perkembangan pemasaran dari masa ke masa, termasuk perkembangan pemasaran di era digital dan manfaat pemasaran digital bagi pelaku bisnis. Dalam bab kedua, kami akan membahas ecommerce, perkembangan dan manfaat ecommerce itu sendiri bagi pelaku bisnis.

Bab ketiga akan membahas pemasaran online, teknis pemasaran online serta cara mengoptimalkan strategi pemasaran online untuk mencapai tujuan pemasaran. Dalam bab keempat, kami akan membahas contoh strategi pemasaran online yang bisa digunakan, sehingga Anda dapat memahami strategi yang efektif dan tidak efektif dalam manajemen pemasaran di era digital.

Bab kelima akan membahas implementasi pemasaran online, termasuk cara mengatasi masalah pemasaran online di situasi saat ini dan cara mengoptimalkan strategi pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran.

Medan, 2024

Penulis

## **SINOPSIS**

Buku ini, "Manajemen Pemasaran Online," membawa pembaca dalam perjalanan mendalam ke dunia pemasaran digital yang terus berkembang. Ditulis oleh mahasiswa Universitas Medan Area fakultas ekonomi dan bisnis program studi manajemen berkolaborasi dengan dosen, buku ini menyajikan panduan komprehensif yang memadukan teori dan praktik untuk membantu pembaca memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran online yang efektif.

Dengan memahami karakteristik unik dari platform-platform digital seperti Google, Facebook, Instagram, dan lainnya, pembaca akan dapat membuat keputusan strategis yang cerdas untuk mencapai tujuan pemasaran mereka. Selain itu, buku ini menggali tren terkini dalam dunia pemasaran online, seperti pengaruh media sosial, dan e-commerce, yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing.

"Manajemen Pemasaran Online: Strategi Efektif untuk Kesuksesan Digital" adalah panduan komprehensif yang tidak hanya membantu pembaca memahami konsep-konsep dasar pemasaran online, tetapi juga memberikan wawasan mendalam untuk meraih kesuksesan dalam pemasaran digital yang dinamis dan kompetitif.

# DAFTAR ISI

## **1. PENDAHULUAN**

1.1 Perkembangan Marketing dari Masa Ke Masa.....	8
1.2 Marketing 1.0.....	12
1.3 Marketing 2.0.....	14
1.4 Marketing 3.0.....	15
1.5 Marketing 4.0.....	15
1.6 Marketing 5.0.....	18

## **2. E-COMMERCE: PENGERTIAN, PERKEMBANGAN, DAN MANFAAT**

2.1. Pengertian E-Commerce.....	27
2.2. Perkembangan E-Commerce.....	31
2.3. Manfaat E-Commerce.....	44

## **3. MANAJEMEN PEMASARAN ONLINE**

3.1. Pengertian Manajemen Pemasaran Online.....	54
3.2. Teknik Pemasaran Online.....	57
3.3. Strategi Pemasaran Online.....	68
3.4. Teknologi Pemasaran Online.....	71

## **4. STRATEGI PEMASARAN ONLINE**

4.1. Strategi Pemasaran Online: Digital Marketing.....	89
4.2. Strategi Pemasaran Online: Social Media Marketing..	99
4.3. Strategi Pemasaran Online: Email Marketing.....	104
4.4. Strategi Pemasaran Online: Content Marketing.....	111
4.5. Strategi Pemasaran Online: Search Engine Optimization (SEO).....	115
4.6. Strategi Pemasaran Online: Search Engine Marketing (SEM).....	123

## **5. IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN ONLINE**

5.1. Implementasi Manajemen Pemasaran Online: Website Design.....	134
---	-----

5.2. Implementasi Manajemen Pemasaran Online: Website Development.....	136
5.3. Implementasi Manajemen Pemasaran Online: Website Maintenance.....	138
5.4. Implementasi Manajemen Pemasaran Online: Social Media Management.....	142
5.5. Implementasi Manajemen Pemasaran Online: Email Marketing Management.....	145
5.6. Implementasi Manajemen Pemasaran Online: Content Marketing Management.....	148
5.7. Implementasi Manajemen Pemasaran Online: SEO Management.....	154
5.8. Implementasi Manajemen Pemasaran Online: SEM Management.....	159

## **6. PELUANG DAN KESULITAN MANAJEMEN PEMASARAN ONLINE**

6.1. Peluang Manajemen Pemasaran Online.....	167
6.2. Kesulitan Manajemen Pemasaran Online.....	175
6.3. Strategi Mengatasi Kesulitan Manajemen Pemasaran Online.....	180

## **7. CONTOH MANAJEMEN PEMASARAN ONLINE BERHASIL**

7.1. Contoh Manajemen Pemasaran Online di Dunia Maya .....	192
7.2. Analisis Manajemen Pemasaran Online Berhasil.....	198
7.3. Strategi Manajemen Pemasaran Online Berhasil.....	206

## **8. SISTEM PENDUKUNG MANAJEMEN PEMASARAN ONLINE**

8.1. Sistem Pendukung Manajemen Pemasaran Online.....	217
8.2. Manfaat Sistem Pendukung Manajemen Pemasaran Online.....	224
8.3. Pengembangan Sistem Pendukung Manajemen Pemasaran Online.....	232

**9. PENGELOLAAN MANAJEMEN PEMASARAN  
ONLINE**

9.1. Pengelolaan Manajemen Pemasaran Online..... 246  
9.2. Teknik Pengelolaan Manajemen Pemasaran Online...251  
9.3. Teknologi Pengelolaan Manajemen Pemasaran Online  
.....261

**10. PERSPEKTIF MANAJEMEN PEMASARAN  
ONLINE**

10.1. Perspektif Manajemen Pemasaran Online..... 273  
10.2. Outlook Manajemen Pemasaran Online.....286