

DIGITAL MARKETING

Meningkatkan Visibilitas dengan Strategi Green



Dr. Siti Fatimah, SE., MM.
Dr. Verawaty, SE., MM.
Dhita Pratiwi Ar, SE., MM.



DIGITAL MARKETING

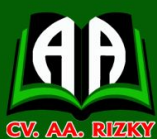
Meningkatkan Visibilitas dengan Strategi Green

Era digital telah membawa perubahan besar dalam cara bisnis memasarkan produk dan jasanya. Buku ***DIGITAL MARKETING: Meningkatkan Visibilitas dengan Strategi Green***, menghadirkan pendekatan pemasaran digital yang selaras dengan prinsip keberlanjutan dan ramah lingkungan. Dengan kombinasi antara teknologi digital modern dan kesadaran akan isu lingkungan, buku ini menawarkan panduan inovatif bagi para profesional, pelaku bisnis, serta akademisi untuk menciptakan strategi pemasaran yang efektif dan bertanggung jawab.

Buku ini menjelaskan konsep dasar digital marketing dan mengintegrasikannya dengan pendekatan “green strategy.” Pembaca diajak memahami bagaimana menciptakan kampanye pemasaran yang tidak hanya meningkatkan visibilitas bisnis, tetapi juga mendukung pelestarian lingkungan. Dengan memanfaatkan media sosial, SEO, content marketing, serta teknik-teknik digital lainnya, buku ini menunjukkan cara membangun hubungan dengan konsumen yang sadar lingkungan. Selain itu, buku ini menyoroti pentingnya transparansi dan komunikasi yang autentik dalam menyampaikan nilai-nilai keberlanjutan kepada pelanggan.

Melalui studi kasus dari berbagai industri, buku ini memberikan contoh nyata tentang bagaimana perusahaan besar maupun kecil berhasil mengintegrasikan strategi hijau dalam upaya pemasaran mereka. Penulis juga memberikan panduan langkah demi langkah dalam menerapkan strategi pemasaran digital berbasis keberlanjutan, termasuk cara mengukur keberhasilannya.

Buku ini tidak hanya menjadi referensi untuk memahami teknik digital marketing, tetapi juga menginspirasi pembaca untuk berkontribusi dalam menciptakan dunia yang lebih baik. Dengan bahasa yang mudah dipahami, ***DIGITAL MARKETING: Meningkatkan Visibilitas dengan Strategi Green*** adalah panduan praktis bagi siapa saja yang ingin mengoptimalkan bisnisnya sekaligus menjaga kelestarian lingkungan.



Penerbit : CV. AA. RIZKY
Alamat : Jl. Raya Ciruas Petir,
Puri Citra Blok B2 No. 34 Pipitan
Kec. Walantaka - Serang Banten
E-mail : aa.rizkypress@gmail.com
Website : www.aarizky.com

DIGITAL MARKETING

**Meningkatkan Visibilitas dengan
Strategi Green**

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

DIGITAL MARKETING

Meningkatkan Visibilitas dengan Strategi Green

Dr. Siti Fatimah, SE., MM.
Dr. Verawaty, SE., MM.
Dhita Pratiwi Ar, SE., MM.



PENERBIT:
CV. AA. RIZKY
2024

DIGITAL MARKETING

Meningkatkan Visibilitas dengan Strategi Green

© Penerbit CV. AA RIZKY

Penulis:

Dr. Siti Fatimah, SE., MM.

Dr. Verawaty, SE., MM.

Dhita Pratiwi Ar, SE., MM.

Desain Cover & Tata Letak:

Tim Kreasi CV. AA. Rizky

Cetakan Pertama, November 2024

Penerbit:

CV. AA. RIZKY

Jl. Raya Ciruas Petir, Puri Citra Blok B2 No. 34
Kecamatan Walantaka, Kota Serang - Banten, 42183

Hp. 0819-06050622, Website : www.aarizky.com

E-mail: aa.rizkypress@gmail.com

Anggota IKAPI

No. 035/BANTEN/2019

ISBN :

xii + 214 hlm, 23 cm x 15,5 cm

Copyright © 2024 Hak Cipta pada Penulis

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga buku yang berjudul ***“DIGITAL MARKETING: Meningkatkan Visibilitas dengan Strategi Green”*** dapat terselesaikan dengan baik. Buku ini hadir sebagai jawaban atas kebutuhan pelaku bisnis dan praktisi pemasaran digital yang semakin menyadari pentingnya mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam strategi pemasaran mereka.

Era digital memberikan peluang besar bagi pelaku bisnis untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui platform online. Namun, dalam upaya tersebut, aspek keberlanjutan lingkungan sering kali terabaikan. Buku ini mencoba mengisi kekosongan tersebut dengan membahas strategi pemasaran digital yang tidak hanya efektif dalam meningkatkan visibilitas, tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai ramah lingkungan.

Isi buku ini disusun secara sistematis mulai dari pengenalan konsep digital marketing, pentingnya strategi *green marketing*, hingga langkah-langkah implementasi strategi berkelanjutan yang dapat diterapkan oleh bisnis kecil hingga perusahaan besar. Diharapkan, pembaca dapat memahami cara memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk atau layanan sekaligus berkontribusi pada pelestarian lingkungan.

Kami menyadari bahwa buku ini masih memiliki kekurangan dan ruang untuk penyempurnaan. Oleh karena itu, kami sangat terbuka terhadap kritik dan saran dari pembaca yang tentunya akan sangat bermanfaat untuk pengembangan lebih lanjut.

Akhir kata, kami ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung proses penulisan buku ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga buku ini memberikan manfaat yang besar bagi para pembaca dan menjadi inspirasi dalam mengintegrasikan teknologi, pemasaran, dan keberlanjutan.

Makassar, November 2024

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
BAB 1 KONSEP DASAR DIGITAL MARKETING	1
A. Pengertian Digital Marketing	1
B. Perkembangan dan Tren Digital Marketing	3
C. Manfaat Digital Marketing	7
BAB 2 MEMAHAMI KONSEP STRATEGI GREEN	11
A. Pengertian dan Ruang Lingkup Strategi Green ...	11
B. Pentingnya Keberlanjutan dalam Bisnis	16
C. Manfaat Strategi Green dalam Digital Marketing	21
BAB 3 MENGUKUR DAMPAK LINGKUNGAN DIGITAL MARKETING	27
A. Jejak Karbon Digital Marketing	27
B. Pengaruhnya terhadap Perubahan Iklim	31
C. Metode Pengukuran Dampak Lingkungan	36
D. Alat dan Teknik Analisis Dampak Lingkungan ..	41
BAB 4 MEMBANGUN STRATEGI GREEN DALAM DIGITAL MARKETING	45
A. Pengertian Green Digital Marketing	45
B. Identifikasi Peluang Strategi Green	49
C. Penyesuaian dengan Prinsip-prinsip Keberlanjutan	54
D. Menyusun Rencana Strategi Green	56
E. Integrasi Strategi Green ke dalam Seluruh Rantai Pasokan	60

	F. Hubungan antara Digital Marketing dan Keberlanjutan	64
BAB 5	STRATEGI GREEN DALAM DIGITAL MARKETING	67
	A. Optimalisasi Website untuk Keberlanjutan.....	67
	B. Penggunaan Media Sosial yang Berkelanjutan ...	71
	C. Email Marketing Berkelanjutan	75
	D. Pemanfaatan SEO yang Ramah Lingkungan	80
	E. <i>Paid Advertising</i> yang Berkelanjutan.....	84
BAB 6	MENGUKUR KEBERHASILAN STRATEGI GREEN	89
	A. Tren Masa Depan dalam Green digital marketing	89
	B. Inovasi Teknologi yang Mendukung Keberlanjutan	95
	C. Peran Pemerintah dan Regulasi.....	100
	D. Peluang dan Tantangan yang Akan Datang	102
BAB 7	<i>NEW WAVE MARKETING</i> DALAM PENDEKATAN BARU	107
	A. Pengertian <i>New Wave Marketing</i>	107
	B. Evolusi Pemasaran dari Tradisional ke <i>New Wave</i>	110
	C. Teknologi Digital dan <i>New Wave Marketing</i>	112
	D. Keterlibatan Pelanggan dan Interaksi Dua Arah.	115
	E. Pengukuran dan Evaluasi Keberhasilan <i>New Wave Marketing</i>	118
BAB 8	TANTANGAN DAN HAMBATAN DALAM DIGITAL MARKETING	123
	A. Hambatan Internal.....	123
	B. Hambatan Eksternal	126
	C. Cara Mengatasi Tantangan dan Hambatan	130

D. Tantangan dalam Mengadopsi Green Digital Marketing	134
E. Kepedulian terhadap Aspek Keberlanjutan di Kalangan Konsumen	136
BAB 9 KENDALA DAN KEUNTUNGAN DALAM GREEN DIGITAL MARKETING	141
A. Tanggapan Terhadap Greenwashing	141
B. Memahami Kritik dan Menemukan Solusinya....	144
C. Keuntungan dan Kekurangan Green Digital Marketing	147
D. Alasan Mengapa Lebih Baik Memilih Kebijakan Berkelanjutan	151
BAB 10 EDUKASI DAN SOSIAL MEDIA TENTANG GREEN DIGITAL MARKETING	155
A. Pentingnya Edukasi Publik tentang Strategi Green	155
B. Memotivasi Konsumen untuk Mendukung Bisnis Hijau	159
C. Peran Sekolah dan Pendidikan dalam Peningkatan Kesadaran	163
D. Pengaruh Sosial Media dalam Mempopulerkan Keberlanjutan	167
E. Kolaborasi dengan Pengaruh dan Tokoh Terkenal.....	171
BAB 11 INOVASI GREEN DIGITAL MARKETING DALAM MEMASUKI PASAR GLOBAL	173
A. Pengembangan Strategi Green	173
B. Peran Teknologi Baru dalam Digital Marketing .	177
C. Perkembangan Baru dalam Pencarian Solusi Hijau	181
D. Ekspansi Bisnis Internasional dengan Fokus Keberlanjutan	185

E. Tantangan dan Peluang dalam Pasar Global.....	189
BAB 12 MASA DEPAN GREEN DIGITAL MARKETING	191
A. Tren Masa Depan dalam Green Digital Marketing	191
B. Inovasi Teknologi yang Mendukung Keberlanjutan	197
C. Peran Pemerintah dan Regulasi.....	200
D. Peluang dan Tantangan yang Akan Datang	202
DAFTAR PUSTAKA	207
RIWAYAT PENULIS	213

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Manfaat Strategi Green Dalam Digital Marketing	23
Tabel 3.1	Tahapan Umum Dalam Perhitungan Jejak Karbon	29
Tabel 4.1	Langkah-langkah Integrasi Strategi Green	62
Tabel 5.1	Strategi Efektivitas Email Marketing	77
Tabel 6.1	Indikator Dampak Lingkungan	94
Tabel 8.1	Hambatan Internal Dalam Digital Marketing	124
Tabel 9.1	Dampak Negatif dari Greenwashing	142
Tabel 10.1	Manfaat Edukasi Publik	157
Tabel 11.1	Aspek-Aspek Penting dalam Solusi Hijau	182
Tabel 12.1	Keuntungan Pengembangan Energi Terbarukan.	198

