

DATA DIGITAL

# Penggunaan Pengukuran Digital Marketing dalam Bisnis





# Penggunaan Pengukuran Digital Marketing dalam Bisnis

Survei sederhana ini dilaksanakan sebagai bagian dari penyelenggaraan webinar: "Dasar-dasar Pengukuran Digital Marketing".

Dikumpulkan dalam jangka waktu 3 hari pada 3-5 Mei 2020, hasil survei ini berusaha menangkap sedalam apa pengukuran performa dilakukan dalam inisiatif digital marketing dan bagaimana hasil pengukuran berperan dalam kegiatan pemasaran secara keseluruhan.



**131**  
RESPONDEN

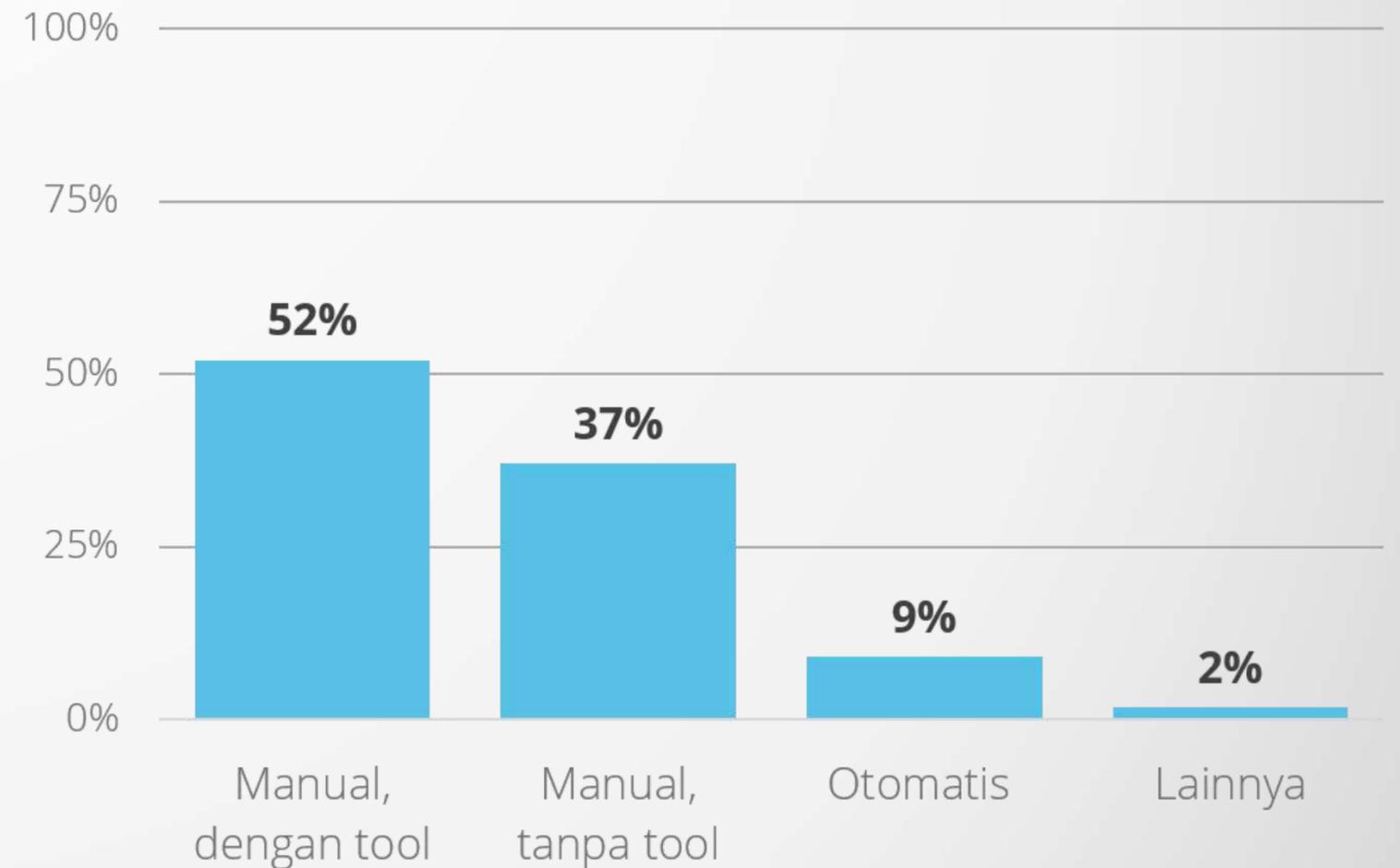


Pertanyaan 1:

# Bagaimana pengukuran digital marketing dilakukan di bisnis Anda?

Mayoritas responden masih melakukan pengukuran dengan metode manual, dengan lebih dari setengah responden menggunakan bantuan tool seperti Google Analytics, Instagram/Facebook Analytics, dan sebagainya.

Sedangkan, pengumpulan data secara otomatis (menggunakan dashboard, API, dsb.) masih kurang populer di kalangan pelaku bisnis.

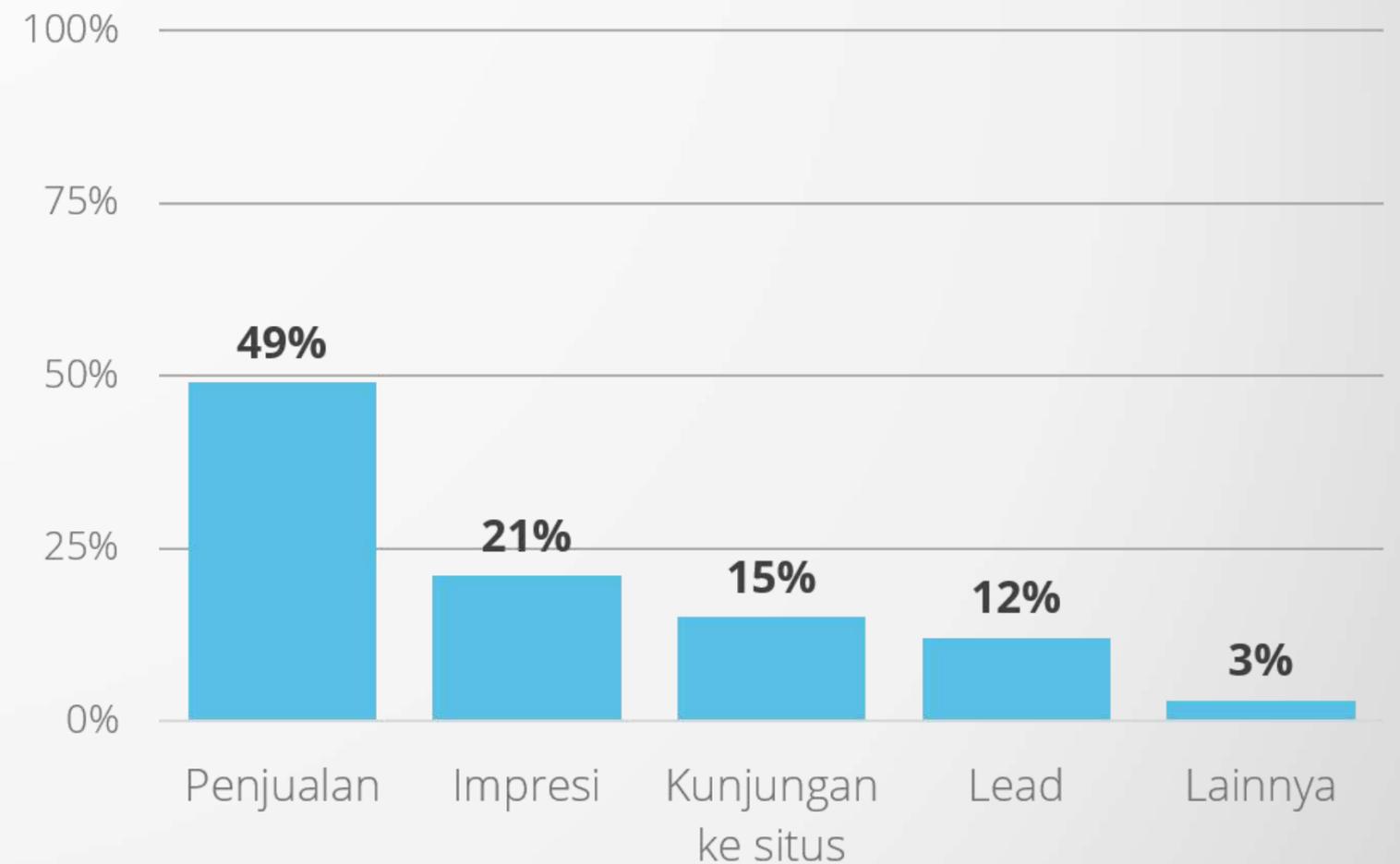




Pertanyaan 2:

## Apa tolak ukur (KPI) utama digital marketing untuk bisnis Anda?

Penjualan (sales) menjadi tolak ukur utama yang paling banyak digunakan untuk mengukur keberhasilan digital marketing dibandingkan dengan tolak ukur seperti impresi, kunjungan ke situs, dan lead.

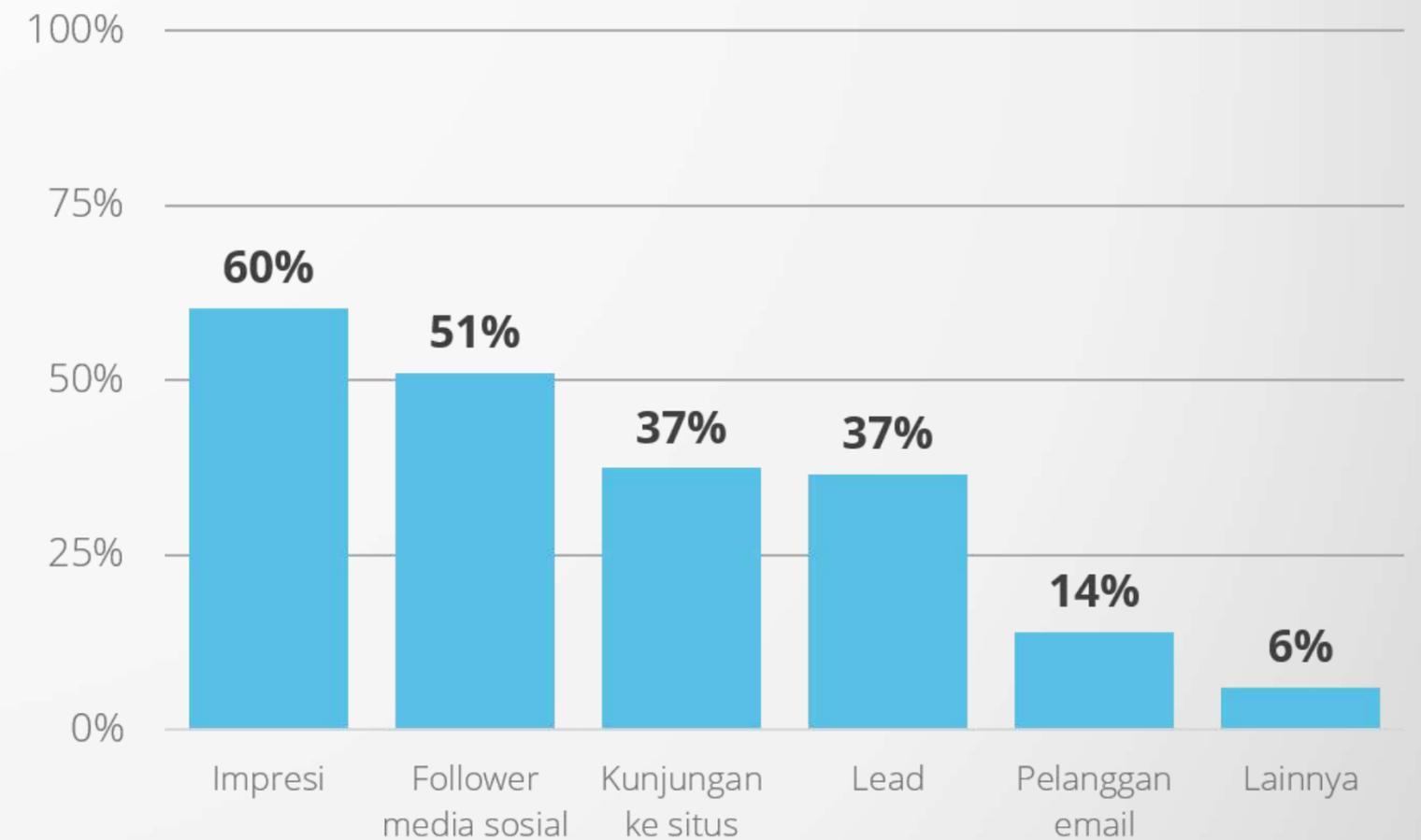




Pertanyaan 3:

## Apa tolak ukur (KPI) digital marketing *non-sales* yang paling penting untuk bisnis Anda?

Selain penjualan, impresi dan jumlah follower media sosial paling banyak dijadikan tolak ukur penting dalam digital marketing dibandingkan dengan tolak ukur lain seperti kunjungan ke situs, lead, dan jumlah pelanggan email.





Pertanyaan 4:

## Apa peran analytics digital marketing dalam bisnis Anda?

Kebanyakan responden menjadikan hasil analytics sebagai dasar penyusunan pemasaran digital. Sepertiganya bahkan telah menggunakan analytics untuk mengambil keputusan strategi pemasaran secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan pentingnya peran analytics dalam pengambilan keputusan para pelaku bisnis.



TALKDGTL.COM

