

NAMA: LINDRA FRANSTIO& RIDHO AMANDA SAPUTRA

Berdasarkan strategi digital marketing yang telah dirancang sebelumnya, kelompok kami mengidentifikasi beberapa permasalahan utama, antara lain rendahnya konsistensi konten, keterbatasan jangkauan audiens, serta belum optimalnya konversi penjualan meskipun trafik digital cukup tinggi. Permasalahan tersebut disebabkan oleh kurangnya perencanaan kalender konten, pemanfaatan data analitik yang belum maksimal, serta strategi promosi berbayar yang belum tersegmentasi dengan baik. Sebagai solusi, diperlukan penjadwalan konten yang lebih terstruktur dan relevan dengan kebutuhan target pasar, peningkatan kualitas visual dan pesan promosi agar lebih persuasif, serta optimalisasi penggunaan SEO dan iklan digital berbasis data untuk menjangkau audiens dengan minat beli yang lebih tinggi. Selain itu, evaluasi kinerja secara berkala melalui indikator seperti engagement rate, conversion rate, dan return on investment perlu dilakukan agar strategi dapat disesuaikan secara adaptif. Dengan langkah tersebut, digital marketing diharapkan mampu berjalan lebih efektif, efisien, dan berkelanjutan dalam mendukung pencapaian tujuan bisnis.