

# SOP Kampanye Email Marketing

**Kategori:** Pemasaran

**No. Dokumen:** SOP-0043

**Tanggal Terbit:** 20/04/2026

**Sumber:** GajiHub SOP — [sop.gajihub.com](https://sop.gajihub.com)

*Panduan terstruktur untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi kampanye email marketing secara efektif dan sesuai regulasi di Indonesia.*

## Tujuan

SOP ini bertujuan untuk memberikan panduan yang sistematis, terstruktur, dan dapat diimplementasikan dalam merancang, melaksanakan, serta mengevaluasi kampanye email marketing di lingkungan perusahaan. Dengan adanya SOP ini, diharapkan seluruh aktivitas email marketing dapat berjalan secara konsisten, efektif, dan sesuai dengan strategi pemasaran perusahaan serta mematuhi regulasi yang berlaku di Indonesia, termasuk perlindungan data pribadi. Selain itu, SOP ini juga bertujuan untuk meningkatkan engagement pelanggan, konversi penjualan, serta menjaga reputasi brand melalui komunikasi yang relevan dan profesional.

## Ruang Lingkup

SOP ini mencakup seluruh proses kampanye email marketing mulai dari perencanaan strategi, pengelolaan database pelanggan, pembuatan konten, pengiriman email, hingga evaluasi kinerja kampanye. Ruang lingkup SOP ini berlaku untuk seluruh divisi yang terlibat dalam aktivitas pemasaran digital, termasuk tim pemasaran, tim konten, tim IT, serta pihak manajemen. SOP ini juga mencakup penggunaan tools email marketing, pengelolaan data pelanggan sesuai dengan regulasi, serta integrasi dengan sistem CRM perusahaan.

## Definisi

Istilah	Definisi
Email Marketing	Strategi pemasaran digital yang menggunakan email sebagai media untuk menyampaikan promosi, informasi, atau komunikasi kepada pelanggan.
Database Pelanggan	Kumpulan data pelanggan yang mencakup alamat email dan informasi relevan lainnya yang digunakan untuk kegiatan pemasaran.

Istilah	Definisi
Open Rate	Persentase penerima email yang membuka email dibandingkan dengan jumlah email yang dikirim.
Click Through Rate (CTR)	Persentase penerima email yang mengklik tautan dalam email dibandingkan dengan jumlah email yang dibuka.
Unsubscribe	Tindakan penerima email untuk berhenti menerima email dari perusahaan.

## Tanggung Jawab

Pihak	Tanggung Jawab
Manajer Pemasaran	Menyusun strategi kampanye email marketing, menyetujui rencana kampanye, dan memastikan kesesuaian dengan tujuan bisnis.
Tim Digital Marketing	Melaksanakan kampanye email, mengelola tools email marketing, dan melakukan monitoring performa.
Tim Konten	Membuat konten email yang menarik, relevan, dan sesuai dengan brand guideline perusahaan.
Tim IT	Menjaga keamanan data pelanggan, memastikan sistem berjalan dengan baik, dan mendukung integrasi teknologi.
Data Protection Officer (jika ada)	Memastikan pengelolaan data pelanggan sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi.

## Prosedur

### Tahap 1: Perencanaan Kampanye

Tahap ini bertujuan untuk menentukan tujuan, target audiens, serta strategi yang akan digunakan dalam kampanye email marketing.

- Menentukan tujuan kampanye seperti peningkatan penjualan, awareness, atau retensi pelanggan.
- Mengidentifikasi dan ????????asi target audiens berdasarkan data pelanggan yang tersedia.
- Menyusun kalender kampanye email termasuk jadwal pengiriman dan tema konten.

**Penanggung Jawab:** Manajer Pemasaran

### Tahap 2: Pengelolaan Database Pelanggan

Tahap ini memastikan bahwa data pelanggan yang digunakan valid, relevan, dan sesuai dengan regulasi perlindungan data.

1. Mengumpulkan data pelanggan melalui metode yang sah seperti form pendaftaran atau transaksi.
2. Melakukan pembersihan data (data cleansing) untuk menghapus email tidak aktif atau tidak valid.
3. Memastikan adanya persetujuan (consent) dari pelanggan untuk menerima email marketing.

**Penanggung Jawab:** Tim Digital Marketing

### **Tahap 3: Pembuatan Konten Email**

Tahap ini berfokus pada pembuatan isi email yang menarik, informatif, dan sesuai dengan tujuan kampanye.

1. Menyusun subject email yang menarik untuk meningkatkan open rate.
2. Membuat isi email yang relevan, jelas, dan memiliki call-to-action yang kuat.
3. Melakukan review dan approval konten sebelum dikirim.

**Penanggung Jawab:** Tim Konten

### **Tahap 4: Pengiriman Email**

Tahap ini mencakup proses teknis pengiriman email menggunakan tools yang telah ditentukan.

1. Mengatur segmentasi penerima dalam sistem email marketing.
2. Melakukan uji coba (test send) untuk memastikan tampilan dan fungsi email.
3. Mengirim email sesuai jadwal yang telah ditentukan.

**Penanggung Jawab:** Tim Digital Marketing

### **Tahap 5: Monitoring dan Evaluasi**

Tahap ini bertujuan untuk mengukur efektivitas kampanye dan melakukan perbaikan berkelanjutan.

1. Menganalisis metrik kampanye seperti open rate, CTR, dan conversion rate.
2. Mengidentifikasi faktor keberhasilan dan kendala selama kampanye.
3. Menyusun laporan evaluasi dan rekomendasi untuk kampanye berikutnya.

**Penanggung Jawab:** Tim Digital Marketing

### **Tahap 6: Kepatuhan dan Keamanan Data**

Tahap ini memastikan bahwa seluruh aktivitas email marketing mematuhi regulasi dan menjaga keamanan data pelanggan.

1. Memastikan seluruh email memiliki opsi unsubscribe yang jelas dan mudah diakses.
2. Melindungi data pelanggan dari akses tidak sah dengan sistem keamanan yang memadai.

3. Melakukan audit berkala terhadap praktik pengelolaan data.

**Penanggung Jawab:** Tim IT

## Dokumen Terkait

- Rencana Strategi Digital Marketing
- Kebijakan Perlindungan Data Pribadi
- Panduan Brand dan Komunikasi Perusahaan
- Manual Penggunaan Tools Email Marketing

## Referensi

- Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)
- Peraturan Menteri Kominfo terkait penyelenggaraan sistem elektronik
- Best Practice Digital Marketing (HubSpot, Mailchimp Guidelines)