

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum

CV. Alvael Anugerah Group, sebelumnya dikenal dengan nama Alvael Florist, adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penyewaan kelengkapan pesta dan wedding organizer yang telah beroperasi sejak tahun 2004 di Kabupaten Kapuas, Kalimantan Tengah. Berawal dari usaha yang sederhana dengan fokus pada layanan lokal, perusahaan ini terus berkembang dengan mengikuti dinamika pasar dan perubahan teknologi yang ada. Semula, perusahaan hanya melayani pelanggan dari keluarga dan teman dekat. Namun, seiring berjalannya waktu perkembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital[1]. CV. Alvael Anugerah Group menyadari pentingnya pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas pasar dan menjangkau pelanggan yang lebih luas.

Perusahaan memutuskan untuk mengimplementasikan strategi digital marketing. Digital marketing atau pemasaran digital akhir-akhir ini menjadi salah satu hal yang banyak dilakukan para pelaku bisnis[2]. Khususnya menggunakan media sosial seperti Facebook, untuk meningkatkan visibilitas dan menarik pelanggan baru. Langkah ini diambil untuk mengatasi tantangan kompetisi yang semakin ketat di industri penyewaan kelengkapan pesta dan wedding organizer. Dengan menggunakan platform digital, perusahaan berharap dapat mempercepat pertumbuhan dan memperkuat loyalitas pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pemanfaatan strategi digital marketing yang diterapkan oleh CV. Alvael Anugerah Group melalui Facebook Ads?
2. Bagaimana peningkatan jumlah pelanggan dan penjualan perusahaan melalui pemanfaatan digital marketing Facebook Ads?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah analisa ini dibatasi pada analisis efektivitas strategi digital marketing yang diterapkan oleh CV. Alvael Anugerah Group dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Fokus utama adalah pada penggunaan Facebook sebagai platform digital marketing, baik dalam bentuk halaman bisnis maupun iklan berbayar (Facebook Ads). Analisa ini juga terbatas pada periode Juni hingga Desember 2024.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis strategi digital marketing yang diterapkan oleh CV. Alvael Anugerah Group melalui platform Facebook untuk meningkatkan jumlah pelanggan.
2. Mengevaluasi dampak penggunaan Facebook Ads terhadap jumlah pelanggan dan penjualan perusahaan.
3. Memberikan rekomendasi terkait pengembangan dan optimalisasi strategi digital marketing yang lebih efektif untuk perusahaan di masa depan.