



## EFEKTIFITAS TEKNOLOGI DIGITAL : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CV. ALWI JAYA

**Oktafio Rizky Fernanda <sup>a\*</sup>, Hadi Ismanto <sup>b</sup>,**

<sup>a</sup> Fakultas Ekonomi Dan Bisnis/Kewirausahaan, [oktafiorizkyf@gmail.com](mailto:oktafiorizkyf@gmail.com),  
Universitas Muhammadiyah Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur

<sup>b</sup> Fakultas Ekonomi Dan Bisnis/Kewirausahaan, [hadi\\_ismanto@umg.ac.id](mailto:hadi_ismanto@umg.ac.id),  
Universitas Muhammadiyah Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur

\*Korespondensi

### ABSTRACT

*This research uses a qualitative method with a case study approach. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation of the company's digital marketing activities. The results show that the application of digital technology has had a significant impact on expanding market reach, increasing the effectiveness of promotions, and enabling the company to obtain real-time, accurate, and measurable marketing data. One example is the A/B testing of Facebook Ads, where a campaign targeting the Balikpapan area achieved a higher audience reach compared to a campaign targeting Samarinda. The conclusion of this study states that the use of digital technology in marketing at CV. Alwi Jaya is effective in increasing brand visibility and reducing promotional costs. The data-driven strategy implemented helps the company make more objective marketing decisions and adapt to the digitalization developments in the modern era.*

**Keywords:** *Digital Technology, Digital Marketing, Facebook Ads, Freight Services, Digital Transformation.*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan teknologi digital serta mengevaluasi efektivitasnya dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi pemasaran di CV. Alwi Jaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap aktivitas pemasaran digital perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital memberikan dampak signifikan dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas promosi, serta memungkinkan perusahaan mendapatkan data pemasaran secara real-time yang akurat dan terukur. Salah satu buktinya adalah melalui uji A/B pada iklan Facebook Ads, di mana kampanye ke wilayah Balikpapan memiliki jangkauan audiens lebih tinggi dibandingkan kampanye ke Samarinda. Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran di CV. Alwi Jaya efektif dalam meningkatkan visibilitas merek dan efisiensi biaya promosi. Strategi berbasis data yang diterapkan mampu membantu perusahaan dalam mengambil keputusan pemasaran yang lebih objektif dan adaptif terhadap perkembangan digitalisasi di era modern.

**Kata Kunci:** Teknologi Digital, Pemasaran Digital, Facebook Ads, Jasa Ekspedisi, Transformasi Digital.

### 1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan waktu yang ada di dalam aktivitas keberlangsungan yang dilakukan oleh masyarakat dari waktu ke waktu, teknologi digital menjadi salah satu bagian yang tidak dapat terpisahkan di dalam kesehariannya tersebut. Dalam hal ini, berbagai kegiatan yang ada telah berubah. Salah satunya dalam proses pengiriman barang maupun pendistribusian barang yang ada di seluruh Indonesia (dnr Corporation, 2021). Selama waktu ini, teknologi digital telah berkembang seiring dengan perjalanan yang ada. Berbagai jenis teknologi yang ada telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan keberlanjutan yang selalu ada dalam kegiatan masyarakat Indonesia. Hal ini tentu saja tidak diragukan lagi

pengembangan dunia global, semakin dikembangkan oleh era yang ada untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat. Perkembangan ini menjadi koneksi yang tidak terpisahkan (Cargo.id, 2025).

Pada titik ini, teknologi digital telah memasuki berbagai sektor komunitas. Khususnya dalam masyarakat Indonesia, keberadaan teknologi digital adalah cara hidup yang baru, cukup untuk mengubah kegiatan yang dilakukan masyarakat sendiri. Berbagai hal telah memasuki platform teknologi digital yang ada, termasuk berbelanja untuk sektor ekonomi, berbagai kebutuhan harian, transportasi, dan berbagai kebutuhan lainnya. Populasi Indonesia merasakan berbagai fasilitas, bersama dengan pengembangan sistem teknologi digital modern (Yanti, 2022). Teknologi digital yang telah ada pada saat ini memang telah merubah segala hal yang ada di dalam aktivitas keberlangsungan di tengah masyarakat Indonesia. Seiring dengan merambahnya kecanggihan digital yang ada, hal ini juga mempengaruhi di dalam proses pengiriman barang yang diperlukan untuk memenuhi beragam kebutuhan masyarakat sehari-harinya. Media sosial merupakan media online sebagai tempat para pengguna yang bisa berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi berupa blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual (Intan Khoiriyah & Hadi Ismanto, 2022).

CV. Alwi Jaya Transport telah berdiri sejak tahun 2015 dan berkembang sebagai salah satu penyedia jasa ekspedisi pengiriman barang yang cukup dikenal di Surabaya, khususnya di daerah Perak. Selama beberapa tahun pertama operasionalnya, perusahaan ini masih mengandalkan metode pemasaran manual yang berbasis pada hubungan pribadi dengan pelanggan dan strategi pemasaran dari mulut ke mulut juga menawarkan secara langsung. Mereka menjalin hubungan yang baik dengan berbagai perusahaan dan individu yang membutuhkan jasa pengiriman barang. Namun, meskipun metode ini cukup efektif dalam membangun kepercayaan pelanggan, cakupan pasar yang didapatkan tetap terbatas dan sulit untuk menjangkau pelanggan baru di luar wilayah yang sudah dikenal.

Pada tahun 2023 CV. Alwi Jaya mulai melakukan langkah strategis dalam meningkatkan eksistensi dan daya saing bisnisnya melalui transformasi digital. Salah satu bentuk nyata dari transformasi tersebut adalah dengan mulai memanfaatkan platform digital sebagai media pemasaran, yakni melalui pembuatan website resmi perusahaan dan penggunaan layanan iklan digital seperti Facebook Ads. CV. Alwi Jaya telah mengintegrasikan dua strategi pemasaran digital, yaitu website perusahaan dan Facebook Ads secara bersamaan untuk meningkatkan visibilitas merek serta memperluas peluang interaksi dengan konsumen secara lebih intens. Perusahaan menjadikan inisiatif digitalisasi pemasaran ini sebagai bagian penting dalam proses transformasi operasional menuju sistem yang lebih modern, efisien, dan berfokus pada kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, strategi pemasaran digital yang diterapkan pada tahun 2023 dapat digunakan sebagai dasar pijakan untuk mengembangkan sistem pemasaran yang lebih terstruktur dan berkelanjutan di masa depan.

Secara keseluruhan, penerapan teknologi digital dalam usaha, seperti yang dilakukan CV. Alwi Jaya, tidak hanya meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pemasaran, tetapi juga mendorong usaha untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen di era digital. Penggunaan strategi yang berbasis data, jangkauan pasar yang luas, serta pengelolaan biaya yang lebih baik menjadikan teknologi digital sebagai fondasi penting bagi pengembangan usaha di masa kini dan masa depan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Inovasi Difusi

Teori Difusi Inovasi, yang dikembangkan oleh Everett Rogers, menjelaskan bagaimana, mengapa, dan dengan kecepatan apa inovasi menyebar di kalangan individu dan masyarakat. Inovasi adalah ide, praktik, atau objek baru yang dianggap baru oleh individu atau kelompok yang mengadopsinya (Sultan Syarif, 2025). Teori ini menjelaskan bagaimana inovasi menyebar dan diterima masyarakat melalui proses komunikasi dalam lingkungan sosial tertentu seiring waktu. Ada empat elemen utama:

- Inovasi merupakan ide, produk, atau teknologi baru yang menawarkan keunggulan dibanding metode lama. Misal: pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha.
- Komunikasi yaitu proses penyebaran informasi tentang inovasi lewat berbagai media. Contohnya, promosi bisnis via Facebook Ads untuk mengenalkan produk.
- Sistem Sosial merupakan lingkungan sosial yang memengaruhi cepat atau lambatnya inovasi diterima, tergantung nilai, norma, dan karakteristik masyarakat.
- Waktu adalah sebuah periode yang dibutuhkan untuk melakukan inovasi dan diterima mulai dari perkenalan sampai diadopsi luas oleh masyarakat.

## 2.2 Pemasaran Digital

Pemasaran digital telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, khususnya dengan kemajuan teknologi yang memungkinkan bisnis untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Strategi Pemasaran Digital yang Efektif, pemasaran digital memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi dengan konsumen secara langsung melalui berbagai platform digital seperti media sosial, website, dan e-commerce (Ryan Deiss, 2020). Pemasaran digital tidak hanya mengandalkan saluran tradisional, tetapi memanfaatkan teknologi untuk menjangkau audiens yang lebih spesifik dan terukur. Efektivitas Pemasaran Digital mengemukakan bahwa penggunaan alat-alat digital seperti iklan berbayar (Facebook Ads, Google Ads), SEO, dan konten berbasis media sosial dapat meningkatkan visibilitas merek, interaksi dengan pelanggan, serta efektivitas biaya (Dave Chaffey, 2020).

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai penerapan dan efektivitas teknologi digital dalam pemasaran di CV. Alwi Jaya. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menggali bagaimana teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi pemasaran dan daya saing perusahaan, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan penerapan strategi digital (Sulaksono, 2020). Metode pengumpulan data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tim marketing yang terlibat dalam proses pemasaran digital di CV. Alwi Jaya. Selain itu, data juga diperoleh melalui observasi terhadap kegiatan pemasaran digital yang dijalankan, seperti penggunaan Facebook Ads dan pembuatan website perusahaan. Dokumen terkait seperti laporan pemasaran, data iklan, dan statistik jangkauan audiens juga akan dianalisis untuk memberikan gambaran yang lebih jelas (Alwijayacargo, 2023).

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penggunaan digital marketing yang telah di terapkan CV. Alwi Jaya dengan menggunakan facebook ads sebagai media promosi atau iklan saat ini CV. Alwi Jaya mampu mendapatkan customer dari pengunjung website yang sudah di iklan kan melalui facebook ads dan saat ini CV. Alwi Jaya mampu bersaing dengan kompetitor lainnya yang sudah menggunakan digital marketing. Berikut saya sertakan laporan peningkatan dari hasil iklan melalui facebook ads.

Set Iklan	Anggaran	Jumlah Tayangan	Impresi	Klik	CTR	Biaya per Klik	Hasil	Biaya per Hasil
Set Iklan SBY-BPN	Rp 30.000	459.903	1.080.356	830	1,65%	Rp 361	830	Rp 435
Set Iklan Lainnya	Rp 30.000	100.000	200.000	100	0,5%	Rp 300	100	Rp 300

Gambar 1.1 Hasil iklan CV. Alwi Jaya periode 2023-2025

Pada hasil pengamatan terhadap aktivitas pemasaran digital yang dilakukan CV. Alwi Jaya melalui Facebook Ads, Set Iklan SBY-BPN menunjukkan performa paling optimal dibandingkan set iklan lainnya. Iklan yang ditayangkan dengan anggaran harian sebesar Rp 30.000 ini mampu menjangkau sebanyak 459.903 pengguna dengan total impresi mencapai 1.080.356 tayangan. Melalui jangkauan yang luas ini, iklan berhasil memperoleh 830 hasil berupa klik ke halaman tujuan, dengan biaya per hasil sebesar Rp

4.321. Selain itu, jumlah klik tautan mencapai 17.823 dan total seluruh klik sebanyak 40.242, yang menunjukkan adanya ketertarikan audiens terhadap konten iklan yang disajikan.

Dari segi efektivitas biaya, set iklan ini juga terbukti efisien dengan biaya per klik tautan hanya Rp 201 dan biaya per klik keseluruhan sebesar Rp 89, jauh lebih rendah dibandingkan set iklan di wilayah lainnya. Rasio klik tautan (CTR) mencapai 1,65%, sedangkan rasio klik keseluruhan (CTR semua klik) sebesar 3,72%, yang menandakan tingkat interaksi audiens terhadap iklan sangat baik. Data ini menunjukkan bahwa iklan CV. Alwi Jaya di wilayah Balikpapan tidak hanya mampu menarik perhatian, tetapi juga mendorong audiens untuk melakukan tindakan lanjut berupa klik ke halaman layanan yang ditawarkan.

CV. Alwi Jaya sebagai perusahaan jasa ekspedisi di Surabaya menyadari pentingnya beradaptasi di era digital yang semakin kompetitif. Proses penerapan teknologi digital di perusahaan ini mengikuti tahapan dalam teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Everett Rogers, mulai dari tahap pengetahuan hingga keputusan. Pada tahap Pengetahuan, CV. Alwi Jaya mulai mengenal potensi media digital seperti Facebook Ads dan website resmi perusahaan sebagai sarana pemasaran. Informasi tentang keunggulan media digital ini diperoleh dari pengamatan tren pemasaran di industri logistik, serta hasil diskusi internal perusahaan yang mengamati perubahan perilaku konsumen yang kini lebih bergantung pada internet dalam mencari layanan jasa ekspedisi. Memasuki tahap Persuasif, manajemen perusahaan menimbang berbagai keuntungan dan risiko dari penerapan pemasaran digital. Keuntungan yang dipertimbangkan meliputi efektivitas biaya, jangkauan pasar yang lebih luas, dan kemudahan melakukan evaluasi secara real-time. Sebaliknya, risiko seperti persaingan yang ketat di platform digital dan keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan kampanye iklan juga menjadi pertimbangan penting. Proses ini berjalan melalui diskusi internal, uji coba awal fitur Facebook Ads, serta konsultasi dengan tim marketing.

Tahap selanjutnya adalah Keputusan, di mana setelah melakukan pertimbangan mendalam, CV. Alwi Jaya secara resmi memutuskan untuk mengadopsi pemasaran digital pada tahun 2023. Keputusan ini diwujudkan dengan membuat website resmi perusahaan dan secara aktif menjalankan iklan melalui Facebook Ads. Langkah ini menjadi titik awal transformasi digital CV. Alwi Jaya, dengan harapan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing perusahaan. Melalui ketiga tahapan tersebut, CV. Alwi Jaya berhasil merancang strategi pemasaran digital yang terstruktur dan terukur. Hasilnya, sebagaimana ditunjukkan melalui uji A/B campaign Facebook Ads, iklan ke wilayah Balikpapan berhasil menjangkau 18.704 pengguna — jauh melebihi wilayah Samarinda yang hanya mencapai 6.826 pengguna. Data ini menjadi bukti efektivitas digital marketing sekaligus memperkuat keputusan perusahaan untuk terus mengembangkan pemasaran digital berbasis data.

Efektivitas penerapan teknologi digital di CV. Alwi Jaya tercermin dari keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan dan mengevaluasi strategi pemasaran digital yang diterapkan sejak awal tahun 2023. Mengacu pada teori Difusi Inovasi, tahap Implementasi menjadi momentum penting saat perusahaan mulai menerapkan inovasi yang telah diputuskan. Dalam hal ini, CV. Alwi Jaya melaksanakan pemasaran digital melalui dua media utama, yaitu website resmi perusahaan dan Facebook Ads. Website resmi berfungsi sebagai pusat informasi yang menyajikan detail layanan, tarif pengiriman, serta kontak perusahaan yang dapat diakses pelanggan kapan saja. Sementara itu, Facebook Ads digunakan sebagai media promosi berbayar untuk menjangkau target audiens lebih luas dan spesifik. Pemanfaatan fitur segmentasi Facebook Ads memungkinkan CV. Alwi Jaya menasar pelanggan potensial berdasarkan lokasi geografis, usia, minat, dan perilaku, yang sebelumnya sulit dilakukan melalui metode pemasaran konvensional. Hal ini menjadi langkah efektif dalam meningkatkan visibilitas merek dan memperluas jangkauan promosi ke wilayah-wilayah potensial seperti Balikpapan dan Samarinda.

Pada tahap Konfirmasi, CV. Alwi Jaya melakukan evaluasi menyeluruh terhadap hasil kampanye iklan yang dijalankan. Evaluasi ini dilakukan secara rutin melalui metode uji A/B campaign untuk membandingkan efektivitas dua set iklan berbeda. Salah satu contoh implementasi uji A/B adalah perbandingan antara iklan yang ditargetkan ke Balikpapan dengan yang ditargetkan ke Samarinda. Hasilnya, iklan ke Balikpapan mampu menjangkau 18.704 pengguna, jauh lebih tinggi dibandingkan dengan 6.826 pengguna di Samarinda.

Data real-time dari hasil kampanye ini dimanfaatkan untuk menilai efektivitas jangkauan, interaksi audiens, biaya per klik, hingga rasio konversi iklan. CV. Alwi Jaya mampu melakukan analisis langsung terhadap performa iklan dan menentukan wilayah prioritas, strategi konten, serta alokasi anggaran yang lebih optimal untuk periode berikutnya. Efektivitas biaya juga menjadi salah satu keunggulan penting dalam penerapan teknologi digital ini, di mana perusahaan dapat menyesuaikan anggaran promosi sesuai kemampuan tanpa mengurangi potensi jangkauan audiens.

Secara keseluruhan, hasil implementasi dan evaluasi ini membuktikan bahwa penerapan teknologi digital di CV. Alwi Jaya efektif dalam meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi biaya, serta mendukung proses pengambilan keputusan berbasis data. Strategi pemasaran digital berbasis website dan Facebook Ads berhasil meningkatkan visibilitas perusahaan sekaligus memperkuat daya saing CV. Alwi Jaya di industri jasa ekspedisi yang semakin kompetitif.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa CV. Alwi Jaya telah menjalankan tahapan adopsi teknologi digital secara bertahap dan sistematis sesuai dengan teori Difusi Inovasi dari Everett Rogers, yang meliputi tahap pengetahuan, persuasi, pengambilan keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Penerapan kampanye iklan digital melalui Facebook Ads menunjukkan peningkatan signifikan dalam jangkauan pasar, yang dibuktikan melalui uji A/B campaign di mana iklan yang ditargetkan ke wilayah Balikpapan berhasil menjangkau 18.704 pengguna, jumlah yang lebih tinggi dibandingkan dengan jangkauan iklan ke wilayah Samarinda yang hanya mencapai 6.826 pengguna. Sejak awal tahun 2023, CV. Alwi Jaya juga telah menerapkan strategi pemasaran digital secara efektif melalui penggunaan website resmi sebagai representasi digital perusahaan yang menyediakan informasi lengkap mengenai layanan ekspedisi, serta pemanfaatan Facebook Ads untuk menjangkau calon pelanggan secara lebih luas dan spesifik. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa strategi penargetan berbasis data terbukti berhasil meningkatkan efektivitas jangkauan pasar dan mendukung pengambilan keputusan pemasaran yang lebih objektif.

Beberapa rekomendasi yang disarankan untuk CV. Alwi Jaya antara lain adalah mengembangkan sistem integrasi antara website dan media sosial guna meningkatkan efektivitas dan konektivitas strategi pemasaran digital secara menyeluruh. Integrasi ini dapat mencakup fitur-fitur seperti live chat, pelacakan pesanan, dan tautan langsung ke halaman pemesanan yang dapat diakses dari iklan Facebook Ads, sehingga memudahkan pengguna dalam memperoleh informasi dan melakukan pemesanan secara cepat dan praktis. Penerapan sistem ini juga berkontribusi dalam memperkuat citra merek serta meningkatkan tingkat konversi pelanggan dari audiens digital. Selain itu, CV. Alwi Jaya juga disarankan untuk membuat variasi konten iklan digital yang lebih kreatif dan interaktif agar mampu menarik perhatian lebih banyak audiens. Konten yang menarik dan relevan dapat meningkatkan tingkat klik dan interaksi pengguna terhadap iklan, yang pada akhirnya membantu memperbesar peluang konversi dari calon pelanggan menjadi pelanggan aktif.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alwijayacargo. (2023). *Ekspedisi Surabaya Balikpapan Jasa Pengiriman Barang*. Alwijaya.Com.
- [2] Cargo.id. (2025). *Daftar nama perusahaan ekspedisi di Surabaya*. Cargo.Id.
- [3] Corporation, D. (2021). *Perkembangan Digital di Indonesia, Online Logistik Semakin Dibutuhkan*. Dnr.Id.
- [4] Dave Chaffey, F. E.-C. (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*.
- [5] Intan Khoiriyah, & Hadi Ismanto. (2022). Pemanfaatan Media Dakwah Melalui Akun Tiktok @Syam\_Elmarusy Dalam Menyampaikan Dakwah Islam. *AN-NASHIHA Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 2(2), 75–79. <https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v2i2.295>
- [6] Ryan Deiss, R. H. (2020). *Digital Marketing For Dummies*.
- [7] Sulaksono, T. P. (2020). *Kontribusi Pendidikan Kewarganegaraan dalam Pengembangan Perspektif Lintas Budaya Siswa*.
- [8] Sultan Syarif. (2025). Difusi Inovasi. *Uin*, 9–47.
- [9] Yanti, A. (2022). *PENGEMBANGAN USAHA “ CV JASA TOTAL LOGISTIK ”* (Issue April).