

Strategi E-Bisnis dalam Meningkatkan Efisiensi Produksi dan Pemasaran Botol Plastik: Studi Kasus PT Asia Pramulia Surabaya

Laili Alnur Rofa^{1*}, Sri Lestari²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmi Ekonomi Mahardhika Surabaya
email: ¹⁾ lailirofa08@gmail.com

Article Info

Article history:

Received : 30 - 06, 2024

Revised : 21 - 07, 2024

Accepted : 03 - 08, 2024

Keywords:

E-Business;
Production Efficiency;
Marketing.

ABSTRACT

The research aims to analyze the e-business strategies implemented by PT Asia Pramulia Surabaya in enhancing the efficiency of production and marketing of plastic bottles. With a focus on PT Asia Pramulia Surabaya, the study seeks to identify how e-business strategies have impacted the company's production efficiency, including increased productivity, cost reduction, and manufacturing process optimization, to understand the effects of e-business strategies on the marketing of plastic bottle products. The research employs a qualitative research method with a case study approach. The findings of this research are presented in three main sub-sections: analysis of e-business strategies at PT Asia Pramulia Surabaya, the influence of e-business strategies on operational efficiency, and an evaluation of digital marketing strategies at PT Asia Pramulia Surabaya.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



*Corresponding Author:

Laili Alnur Rofa
Sekolah Tinggi Ilmi Ekonomi Mahardhika Surabaya
Email: lailirofa08@gmail.com

1. PENDAHULUAN

PT Asia Pramulia Surabaya adalah perusahaan yang memiliki sejarah panjang dan reputasi yang kokoh dalam industri produksi dan penjualan botol plastik. Perusahaan ini didirikan di Surabaya, Indonesia, pada tahun 1995. Visi PT Asia Pramulia Surabaya adalah untuk menjadi pemimpin di industri botol plastik dengan fokus pada inovasi, kualitas, dan kepuasan pelanggan. Misi perusahaan ini adalah untuk terus meningkatkan efisiensi operasional, mengembangkan produk yang ramah lingkungan, dan memperluas jangkauan pasar secara berkelanjutan. PT Asia Pramulia Surabaya memiliki posisi yang kuat dalam industri produksi dan penjualan botol plastik, dengan komitmen yang teguh terhadap standar kualitas dan integritas. Dengan pengalaman yang kaya selama bertahun-tahun, PT Asia Pramulia Surabaya terus berupaya untuk memberikan produk berkualitas tinggi dan layanan yang handal kepada pelanggan di pasar botol plastik yang kompetitif.

Dalam era digital yang terus berkembang, konsep-konsep strategi e-bisnis seperti *e-commerce* dan digital marketing menjadi sangat relevan dalam meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. *E-commerce*, sebagai salah satu aspek utama dari strategi e-bisnis, memungkinkan perusahaan untuk melakukan transaksi bisnis secara *online*, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan aksesibilitas produk kepada konsumen (Sari, 2023). Dengan adopsi *e-commerce*, perusahaan seperti PT Asia Pramulia Surabaya dapat mengoptimalkan proses penjualan dan distribusi botol plastik, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan efisiensi dalam rantai pasok secara keseluruhan. Di sisi lain, digital marketing merupakan konsep strategi e-bisnis yang berfokus pada pemasaran produk atau layanan melalui platform digital seperti media sosial, website, dan

kampanye *online*. Dengan menggunakan *digital marketing*, perusahaan dapat meningkatkan visibilitas merek, menjangkau target pasar yang lebih luas, dan membangun hubungan lebih dekat dengan konsumen melalui interaksi digital yang personal (Darmaningrat et al., 2018). Dengan memahami dan menerapkan konsep-konsep strategi e-bisnis ini, perusahaan seperti PT Asia Pramulia Surabaya dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat posisi pasar, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri botol plastik yang kompetitif.

E-bisnis, atau bisnis elektronik, telah menjadi sangat penting dalam meningkatkan efisiensi produksi dan pemasaran, terutama dalam konteks industri botol plastik yang kompetitif. Dalam era digital yang terus berkembang, penggunaan teknologi informasi dan platform e-bisnis menjadi kunci untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing perusahaan (Musyawarah & Idayanti, 2022). Dalam industri botol plastik yang kompetitif, di mana persaingan semakin ketat dan tuntutan pasar semakin kompleks, e-bisnis memberikan kesempatan untuk meningkatkan efisiensi produksi melalui otomatisasi proses, manajemen persediaan yang lebih baik, dan penggunaan data untuk pengambilan keputusan yang lebih tepat (Anggraini et al., 2023). Selain itu, e-bisnis juga memainkan peran penting dalam meningkatkan efektivitas pemasaran dengan memungkinkan perusahaan seperti PT Asia Pramulia untuk mencapai target pasar secara lebih luas, memperkuat citra merek, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen melalui berbagai platform digital. Dengan adopsi strategi e-bisnis yang tepat, perusahaan dalam industri botol plastik dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang signifikan, meningkatkan efisiensi produksi, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Oleh karena itu, dalam industri botol plastik yang kompetitif, e-bisnis menjadi tidak hanya penting tetapi juga suatu keharusan untuk mencapai kesuksesan dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi e-bisnis yang diterapkan oleh PT Asia Pramulia Surabaya dalam meningkatkan efisiensi produksi dan pemasaran botol plastik. Dengan fokus pada PT Asia Pramulia Surabaya, perusahaan yang bergerak dalam industri produksi dan penjualan botol plastik, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana strategi e-bisnis telah memengaruhi efisiensi produksi perusahaan, termasuk peningkatan produktivitas, pengurangan biaya, dan optimalisasi proses manufaktur. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami dampak strategi e-bisnis terhadap pemasaran produk botol plastik, seperti peningkatan visibilitas merek, penetrasi pasar baru, dan keterlibatan konsumen melalui platform digital. Dengan menganalisis strategi e-bisnis yang diterapkan oleh PT Asia Pramulia Surabaya, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan sejenis dalam industri botol plastik untuk mengoptimalkan efisiensi operasional, meningkatkan pemasaran produk, dan memperluas pangsa pasar melalui penerapan strategi e-bisnis yang relevan.

Penelitian ini memiliki dampak yang besar dalam konteks pengembangan strategi e-bisnis yang efektif bagi perusahaan manufaktur seperti PT Asia Pramulia Surabaya. Dalam dunia bisnis yang terus berkembang dan semakin terintegrasi dengan teknologi digital, strategi e-bisnis menjadi kunci dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan daya saing perusahaan (Fachrurazi et al., 2023). Dengan fokus pada PT Asia Pramulia Surabaya, perusahaan manufaktur yang bergerak dalam industri produksi dan penjualan botol plastik, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengevaluasi strategi e-bisnis yang telah diterapkan oleh perusahaan tersebut. Dengan pemahaman mendalam tentang strategi e-bisnis yang efektif, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi PT Asia Pramulia Surabaya dan perusahaan manufaktur sejenis dalam pengembangan strategi yang relevan dan efisien. Melalui penelitian ini, diharapkan akan terungkap bagaimana implementasi strategi e-bisnis yang tepat dapat membantu perusahaan manufaktur seperti PT Asia Pramulia Surabaya untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan strategi e-bisnis yang efektif bagi perusahaan manufaktur seperti PT Asia Pramulia Surabaya dan sektor industri manufaktur secara keseluruhan.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan yang akan digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang strategi e-bisnis yang diterapkan oleh PT Asia Pramulia Surabaya dalam meningkatkan efisiensi operasional. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk memeriksa secara terperinci konteks spesifik perusahaan dan menganalisis dampak strategi e-bisnis secara holistik. Metode pengumpulan data yang akan digunakan mencakup wawancara dengan manajer dan staf kunci PT Asia Pramulia Surabaya, observasi langsung terhadap proses operasional, analisis dokumen terkait strategi e-bisnis, dan survei kepada karyawan terkait. Data juga akan dikumpulkan melalui analisis data sekunder dan dokumentasi perusahaan. Teknik analisis yang akan diterapkan meliputi analisis kualitatif untuk mengidentifikasi pola, tema, dan tren dalam

data yang terkumpul, serta analisis komparatif untuk membandingkan hasil dengan kerangka konseptual yang relevan. Dengan pendekatan penelitian yang komprehensif ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang strategi e-bisnis PT Asia Pramulia Surabaya dalam meningkatkan efisiensi operasional dan pemasaran botol plastik, serta memberikan kontribusi yang berharga bagi perusahaan sejenis dalam industri manufaktur.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisis Strategi E-Bisnis PT Asia Pramulia Surabaya

E-Bisnis (*E-Business*) adalah istilah yang merujuk pada segala bentuk aktivitas bisnis yang dilakukan secara elektronik atau melalui internet. E-Bisnis mencakup berbagai aspek bisnis seperti *e-commerce* (perdagangan elektronik), digital marketing (pemasaran digital), manajemen rantai pasokan elektronik, layanan pelanggan *online*, dan lainnya (Subekti, 2014). Dengan adopsi teknologi informasi dan komunikasi, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui strategi e-bisnis yang tepat. Dalam konteks bisnis modern yang terus berkembang, e-bisnis menjadi kunci dalam memanfaatkan potensi teknologi untuk mencapai tujuan bisnis secara efektif dan efisien.

Implementasi *e-commerce* oleh PT Asia Pramulia Surabaya yang memungkinkan penjualan melalui pemesanan dari pihak pelanggan ke pihak admin. Dalam implementasi ini, PT Asia Pramulia Surabaya dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk melakukan pemesanan produk botol plastik secara *online* melalui platform *e-commerce* yang disediakan. Dengan adanya sistem pemesanan *online* ini, interaksi antara pelanggan dan admin menjadi lebih efisien dan transparan. Pelanggan dapat dengan mudah menelusuri produk, melakukan pemesanan, dan melakukan pembayaran secara *online*, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Selain itu, implementasi *e-commerce* juga berdampak positif terhadap efisiensi operasional PT Asia Pramulia Surabaya. Proses pemesanan yang terotomatisasi dan terintegrasi dengan sistem internal perusahaan dapat mengurangi waktu dan biaya yang diperlukan untuk mengelola pesanan secara manual (Jatmiko, 2022). Hal ini dapat meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan stok, pemrosesan pesanan, dan pengiriman produk kepada pelanggan. Selain itu, dengan meningkatnya aksesibilitas produk melalui platform *e-commerce*, PT Asia Pramulia Surabaya juga dapat melihat peningkatan dalam penjualan secara keseluruhan. Dengan memanfaatkan *e-commerce* secara efektif, perusahaan ini dapat mencapai peningkatan penjualan yang signifikan, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat posisinya dalam industri botol plastik yang kompetitif.

Strategi digital marketing yang diterapkan oleh PT Asia Pramulia Surabaya untuk memperkuat visibilitas merek dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Perusahaan ini telah melaksanakan berbagai strategi digital marketing yang inovatif dan efektif, termasuk kampanye iklan *online* yang ditargetkan untuk menjangkau audiens yang relevan dan potensial. Melalui kampanye iklan *online* yang disesuaikan dengan karakteristik target pasar, PT Asia Pramulia Surabaya dapat meningkatkan kesadaran merek dan memperluas jangkauan pemasaran mereka. Selain itu, kehadiran perusahaan di media sosial juga menjadi bagian penting dari strategi digital marketing mereka. Dengan aktif berinteraksi dan berbagi konten yang relevan di platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan LinkedIn, PT Asia Pramulia Surabaya dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen, meningkatkan keterlibatan, dan memperluas basis pengikut mereka. Penggunaan SEO (*Search Engine Optimization*) juga menjadi strategi kunci dalam upaya perusahaan untuk meningkatkan visibilitas *online* mereka.

Dengan mengoptimalkan situs *web* perusahaan untuk mesin pencari, PT Asia Pramulia Surabaya dapat meningkatkan peringkat situs mereka dalam hasil pencarian dan menarik lebih banyak traffic organik ke situs web mereka. Selain itu, strategi konten digital juga diterapkan untuk memberikan nilai tambah kepada konsumen, seperti artikel informatif, video tutorial, dan infografis yang relevan dengan produk botol plastik mereka. Dengan kombinasi strategi digital marketing yang holistik dan terintegrasi, PT Asia Pramulia Surabaya berhasil memperkuat visibilitas merek mereka, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan dalam era digital yang terus berkembang.

Pemanfaatan teknologi informasi terkait dalam strategi e-bisnis PT Asia Pramulia Surabaya untuk mendukung efisiensi operasional dan keunggulan kompetitif perusahaan. Salah satu aspek yang dibahas adalah implementasi sistem manajemen produksi yang terintegrasi. Dengan adanya sistem manajemen produksi yang terintegrasi, PT Asia Pramulia Surabaya dapat mengoptimalkan proses produksi, mengelola inventaris dengan lebih efisien, dan meningkatkan koordinasi antara berbagai departemen. Selain itu, analisis data untuk pengambilan keputusan yang lebih baik juga menjadi fokus utama. Pentingnya analisis data dalam mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik menjadi sorotan utama. Dengan menyelidiki data yang berasal dari berbagai bidang bisnis, perusahaan dapat memperoleh informasi berharga untuk mengenali pola pasar,

memahami kebiasaan konsumen, serta meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan operasional. (Thaha & Kuncoro, 2022).

Selanjutnya, otomatisasi proses produksi juga menjadi bagian penting dari strategi e-bisnis PT Asia Pramulia Surabaya. Dengan otomatisasi proses produksi, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi kesalahan manusia, dan meningkatkan produktivitas secara keseluruhan (Rusdi, 2019). Terakhir, keamanan data juga menjadi perhatian utama dalam penerapan strategi e-bisnis. PT Asia Pramulia Surabaya harus memastikan bahwa data perusahaan dan pelanggan aman dari ancaman keamanan cyber dan bahwa kebijakan keamanan data yang ketat diterapkan untuk melindungi informasi sensitif. Dengan memanfaatkan teknologi informasi terkait ini secara efektif, PT Asia Pramulia Surabaya dapat mendukung efisiensi operasional, meningkatkan keunggulan kompetitif, dan memperkuat posisinya dalam industri botol plastik yang kompetitif.

3.2. Pengaruh Strategi E-Bisnis terhadap Efisiensi Operasional

Implementasi Sistem Manajemen Produksi Terintegrasi adalah proses di mana perusahaan menggabungkan berbagai sistem manajemen produksi dan operasional ke dalam satu sistem yang terintegrasi (Maliyo & Manonga, 2023). Dalam implementasi ini, data dan informasi dari berbagai departemen dan proses produksi diorganisir dan diintegrasikan secara menyeluruh sehingga memungkinkan berbagai bagian perusahaan untuk bekerja secara terkoordinasi dan efisien. Sistem Manajemen Produksi Terintegrasi memungkinkan perusahaan untuk mengelola proses produksi, inventaris, distribusi, dan sumber daya dengan lebih efektif. Dengan adanya integrasi sistem ini, perusahaan dapat meningkatkan koordinasi antara departemen, mengoptimalkan alur kerja, memantau kinerja secara real-time, dan membuat keputusan yang lebih tepat berdasarkan data yang terintegrasi. Selain itu, implementasi Sistem Manajemen Produksi Terintegrasi juga dapat membantu perusahaan dalam mengurangi biaya operasional, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan efisiensi keseluruhan dalam proses produksi (Tamima et al., 2023).

Implementasi sistem manajemen produksi yang terintegrasi oleh PT Asia Pramulia Surabaya mempengaruhi efisiensi operasional perusahaan secara keseluruhan. Dengan adanya sistem manajemen produksi yang terintegrasi, PT Asia Pramulia Surabaya dapat meningkatkan koordinasi antara berbagai departemen di dalam perusahaan. Kolaborasi yang lebih baik antara departemen seperti produksi, pemasaran, dan distribusi dapat mempercepat alur kerja, mengurangi hambatan komunikasi, dan meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan. Selain itu, implementasi sistem manajemen produksi yang terintegrasi juga berdampak pada manajemen inventaris yang lebih efisien. PT Asia Pramulia Surabaya dapat memantau stok barang dengan lebih akurat, mengidentifikasi kebutuhan persediaan dengan lebih tepat, dan menghindari kekurangan atau kelebihan persediaan yang tidak perlu. Hal ini tidak hanya mengurangi biaya penyimpanan tetapi juga meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan persediaan perusahaan. Selanjutnya, sistem manajemen produksi yang terintegrasi juga memungkinkan optimisasi proses produksi secara menyeluruh. Dengan alur kerja yang terkoordinasi dengan baik, perusahaan dapat mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan, menghilangkan redundansi, dan meningkatkan produktivitas dalam proses produksi botol plastik.

Analisis data yang dilakukan oleh perusahaan memengaruhi efisiensi operasional, termasuk penggunaan data untuk mengidentifikasi peluang perbaikan, memahami tren pasar, dan mengoptimalkan proses operasional. Dengan melakukan analisis data yang cermat, perusahaan seperti PT Asia Pramulia Surabaya dapat mengidentifikasi pola, tren, dan insight berharga dari data yang terkumpul. Data yang dianalisis dapat memberikan informasi penting tentang kinerja operasional perusahaan, preferensi pelanggan, dan kondisi pasar secara keseluruhan. Dengan informasi ini, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang perbaikan dalam proses produksi, pemasaran, dan distribusi, serta membuat keputusan yang lebih tepat dan efisien. Selain itu, analisis data juga memungkinkan perusahaan untuk memahami tren pasar yang sedang berlangsung, memprediksi permintaan pasar, dan menyesuaikan strategi bisnis mereka sesuai dengan kebutuhan pasar.

Dengan pemahaman yang mendalam tentang data pasar, PT Asia Pramulia Surabaya dapat merespons perubahan pasar dengan lebih cepat dan tepat. Selain itu, penggunaan data untuk mengoptimalkan proses operasional juga dapat meningkatkan efisiensi perusahaan secara keseluruhan. Data yang dianalisis dapat memberikan wawasan tentang area-area di mana perbaikan diperlukan, memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi inefisiensi, menghilangkan redundansi, dan meningkatkan produktivitas (Sudirjo et al., 2018). Selain itu, pembahasan mengenai PT Asia Pramulia Surabaya mengadakan rapat rutin setiap hari Kamis juga mencerminkan komitmen perusahaan untuk meningkatkan koordinasi antara departemen, memperkuat komunikasi internal, dan memastikan bahwa semua pihak terlibat dalam pengambilan keputusan yang strategis untuk meningkatkan efisiensi operasional dan keunggulan kompetitif perusahaan.

Kemudian dampak positif dari otomatisasi proses produksi yang diterapkan oleh PT Asia Pramulia Surabaya terhadap efisiensi operasional perusahaan. Dengan otomatisasi proses produksi, perusahaan dapat mencapai peningkatan produktivitas yang signifikan. Proses produksi yang diotomatisasi memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan output tanpa harus meningkatkan jumlah tenaga kerja secara proporsional.

Hal ini dapat mengurangi biaya produksi dan mempercepat alur kerja, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas perusahaan secara keseluruhan. Selain itu, otomatisasi proses produksi juga dapat membantu dalam mengurangi kesalahan manusia. Dengan mengeliminasi faktor manusia dari beberapa tahap produksi yang kritis, perusahaan dapat mengurangi risiko kesalahan dan kecacatan produk. Hal ini dapat meningkatkan kualitas produk akhir dan mengurangi biaya yang terkait dengan perbaikan dan pengulangan proses. Selain itu, otomatisasi proses produksi juga berdampak pada peningkatan efisiensi dalam proses produksi secara keseluruhan. Proses yang dijalankan secara otomatis cenderung lebih konsisten, efisien, dan dapat dijalankan tanpa henti. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan waktu produksi, mengurangi waktu siklus, dan meningkatkan efisiensi operasional secara menyeluruh. Dengan demikian, otomatisasi proses produksi yang diterapkan oleh PT Asia Pramulia Surabaya tidak hanya meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional perusahaan, tetapi juga membantu dalam mengurangi kesalahan, meningkatkan kualitas produk, dan mempercepat alur kerja dalam proses produksi botol plastik.

3.3. Evaluasi Strategi Pemasaran Digital

Dalam evaluasi kinerja kampanye iklan *online* yang dilakukan oleh PT Asia Pramulia Surabaya, beberapa metrik penting yang perlu dianalisis termasuk *Return on Investment* (ROI), *Cost per Click* (CPC), *Click-Through Rate* (CTR), dan konversi. ROI adalah metrik yang penting untuk mengukur efektivitas kampanye iklan *online* dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan (Sukmawardhani et al., 2012). Dengan menghitung ROI, PT Asia Pramulia Surabaya dapat mengetahui seberapa besar keuntungan yang dihasilkan dari setiap unit biaya yang diinvestasikan dalam kampanye iklan *online*. Selain itu, CPC adalah metrik yang mengukur biaya yang dikeluarkan setiap kali pengguna mengklik iklan perusahaan. Analisis CPC membantu perusahaan untuk mengelola anggaran iklan dengan lebih efisien dan memastikan bahwa biaya per klik tetap dalam batas yang dapat diterima. CTR adalah metrik yang mengukur seberapa banyak pengguna yang mengklik iklan setelah melihatnya. CTR yang tinggi menunjukkan bahwa iklan perusahaan menarik minat pengguna dan efektif dalam memancing klik. Terakhir, konversi adalah metrik yang mengukur jumlah pengguna yang melakukan tindakan yang diinginkan setelah melihat iklan, seperti membuat pembelian atau mengisi formulir kontak. Dengan menganalisis konversi, PT Asia Pramulia Surabaya dapat mengevaluasi seberapa efektif kampanye iklan *online* dalam mengubah pengguna menjadi pelanggan atau prospek potensial. Dengan memantau dan menganalisis metrik ini secara rutin, perusahaan dapat mengukur efektivitas kampanye iklan *online* mereka, mengidentifikasi area perbaikan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran digital untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Dalam evaluasi kehadiran perusahaan di media sosial, seperti yang dilakukan oleh PT Asia Pramulia Surabaya, beberapa aspek yang perlu diperhatikan meliputi pertumbuhan basis pengikut, tingkat interaksi, dan dampak kehadiran di *platform* media sosial terhadap kesadaran merek dan keterlibatan konsumen. Pertumbuhan basis pengikut mencerminkan seberapa efektif perusahaan dalam menarik minat pengguna untuk mengikuti akun media sosial mereka. Dengan memantau pertumbuhan basis pengikut secara berkala, PT Asia Pramulia Surabaya dapat mengevaluasi seberapa sukses mereka dalam membangun audiens yang terlibat dan terlibat di *platform* media sosial. Selain itu, tingkat interaksi adalah indikator penting untuk mengukur seberapa aktif dan responsif pengikut terhadap konten yang diposting oleh perusahaan. Tingkat interaksi yang tinggi menunjukkan bahwa konten yang dibagikan menarik minat pengguna dan memicu keterlibatan yang positif. Selanjutnya, dampak kehadiran di *platform* media sosial terhadap kesadaran merek dan keterlibatan konsumen dapat diukur melalui analisis sentimen, *reach*, dan *engagement rate*. Dengan memantau metrik-metrik ini, PT Asia Pramulia Surabaya dapat mengevaluasi sejauh mana kehadiran mereka di media sosial memengaruhi kesadaran merek perusahaan dan seberapa efektif mereka dalam berinteraksi dengan konsumen secara *online*.

Selain itu, PT Asia Pramulia Surabaya rutin mengadakan rapat setiap hari Kamis untuk mengevaluasi berbagai aspek bisnis, termasuk strategi pemasaran digital, operasional, dan keuangan. Rapat rutin ini memberikan kesempatan bagi tim manajemen untuk secara teratur memantau kinerja perusahaan, membahas proyek-proyek yang sedang berjalan, dan membuat keputusan strategis untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mencapai tujuan bisnis. Dengan adanya rapat rutin ini, PT Asia Pramulia Surabaya dapat memastikan bahwa setiap departemen bekerja secara terkoordinasi, masalah-masalah yang muncul dapat segera diidentifikasi dan diselesaikan, serta memastikan bahwa semua pihak terlibat dalam upaya mencapai kesuksesan perusahaan secara keseluruhan.

4. KESIMPULAN

PT Asia Pramulia Surabaya telah sukses menerapkan strategi e-bisnis yang inovatif, seperti *e-commerce* dan digital marketing, untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan memperkuat interaksi dengan pelanggan. Implementasi *e-commerce* telah membawa dampak positif terhadap efisiensi operasional perusahaan, dengan proses pemesanan yang terotomatisasi, manajemen inventaris yang lebih efisien, dan peningkatan penjualan secara keseluruhan. Strategi digital marketing yang agresif juga telah membantu dalam memperkuat visibilitas merek perusahaan, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan membangun hubungan yang berkelanjutan. Pemanfaatan teknologi informasi terkait, seperti implementasi sistem manajemen produksi yang terintegrasi dan analisis data yang cermat, juga telah memberikan kontribusi besar dalam mendukung efisiensi operasional dan keunggulan kompetitif PT Asia Pramulia Surabaya dalam industri botol plastik yang kompetitif. Dengan pendekatan holistik dan terintegrasi dalam strategi e-bisnis, perusahaan telah berhasil mencapai tujuan bisnis secara efektif dan efisien dalam era digital yang terus berkembang.

Implementasi Sistem Manajemen Produksi Terintegrasi oleh PT Asia Pramulia Surabaya telah membawa dampak positif terhadap efisiensi operasional perusahaan secara keseluruhan. Dengan integrasi sistem manajemen produksi yang terkoordinasi, perusahaan dapat meningkatkan koordinasi antara departemen, mengoptimalkan alur kerja, dan memantau kinerja secara real-time untuk membuat keputusan yang lebih tepat berdasarkan data yang terintegrasi. Selain itu, analisis data yang dilakukan oleh perusahaan juga berkontribusi dalam meningkatkan efisiensi operasional dengan mengidentifikasi peluang perbaikan, memahami tren pasar, dan mengoptimalkan proses operasional. Selain itu, rapat rutin yang diadakan setiap hari Kamis oleh PT Asia Pramulia Surabaya menunjukkan komitmen perusahaan dalam mengevaluasi kinerja dan membuat keputusan strategis untuk meningkatkan efisiensi operasional. Implementasi otomatisasi proses produksi juga telah membawa manfaat signifikan, dengan peningkatan produktivitas, pengurangan kesalahan manusia, dan peningkatan efisiensi dalam proses produksi secara keseluruhan. Dengan pendekatan holistik dan terintegrasi dalam strategi e-bisnis, PT Asia Pramulia Surabaya telah berhasil meningkatkan efisiensi operasional dan mencapai keunggulan kompetitif dalam industri botol plastik yang kompetitif.

PT Asia Pramulia Surabaya telah berhasil mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang efektif melalui evaluasi kinerja kampanye iklan *online* dan kehadiran di media sosial. Dengan menganalisis metrik seperti ROI, CPC, CTR, dan konversi, perusahaan dapat mengukur efektivitas kampanye iklan *online* mereka untuk meningkatkan interaksi dengan konsumen dan mengarahkan lalu lintas ke situs web perusahaan. Selain itu, pertumbuhan basis pengikut, tingkat interaksi, dan dampak kehadiran di media sosial juga berperan penting dalam meningkatkan kesadaran merek dan keterlibatan konsumen. Rapat rutin yang diadakan setiap hari Kamis juga menjadi wadah bagi PT Asia Pramulia Surabaya untuk mengevaluasi berbagai aspek bisnis, termasuk strategi pemasaran digital, operasional, dan keuangan, sehingga memastikan bahwa perusahaan bergerak menuju efisiensi operasional yang optimal dan mencapai tujuan bisnis yang ditetapkan. Dengan pendekatan yang terintegrasi dan konsisten dalam strategi pemasaran digital dan evaluasi rutin, PT Asia Pramulia Surabaya dapat terus meningkatkan kinerja bisnis mereka dan memperkuat posisi mereka dalam pasar yang kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, A., Wulandari, D., & Utama, R. E. (2023). Strategi Inovasi Teknologi Terhadap Daya Saing UMKM. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 2(2), 131–140.
- Darmaningrat, E. W. T., Ali, A. H. N., Wibowo, R. P., & Astuti, H. M. (2018). Pemanfaatan aplikasi digital learning untuk pembelajaran pengayaan di sekolah menengah kota Surabaya. *SESINDO 2018, 2018*.
- Fachrurazi, F., Rukmana, A. Y., Supriyanto, S., Syamsulbahri, S., & Iskandar, I. (2023). Revolusi bisnis di era digital: Strategi dan dampak transformasi proses teknologi terhadap keunggulan kompetitif dan pertumbuhan organisasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 297–305.
- Jatmiko, N. S. (2022). Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 4(2), 253. <https://doi.org/10.30872/plakat.v4i2.8955>
- Maliyo, R. J., & Manongga, D. (2023). Analisis Strategis e-Business untuk Strategi Pemasaran dan Penjualan. *Aiti*, 20(1), 111–124. <https://doi.org/10.24246/aiti.v20i1.111-124>
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88.
- Sari, D. (2023). Peran Teknologi Terkini dalam E-Bisnis (The Role of Latest Technology in E-Business). Available at SSRN 4568019.
- Subekti, M. (2014). Pengembangan Model E-Business di Indonesia. *ComTech*, Vol. 5(9), 925–938.
- Sudirjo, F., Purwati, T., Unggul Budiman, Y., & Manuhutu, M. (2018). Analisis Dampak Strategi Pemasaran

- Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-commerce. *Jurnal Pendidikan Tambusa*, 7(August), 7524–7532.
- Sukmawardhani, A., Suhadak, & Hidayat, R. R. (2012). Analisis Return on Investment (Roi) Dan Residual Income (Ri). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 45–56.
- Tamima, A., Nasution, D., Hazizah, N., Pulung Tumangger, M. A., & Baiti, N. (2023). Strategi Bisnis Terintegrasi Secara Online untuk Meningkatkan Penjualan di Era Digital di Indonesia. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 3(2), 569–576. <https://doi.org/10.47467/manageria.v3i2.3277>
- Thaha, A. R., & Kuncoro, S. (2022). Konteks Teknologi terhadap Aktivitas Bisnis melalui Penggunaan E-Bisnis pada UMKM. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 8(4), 1085–1097. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v8i4.2782>