

Analisis anggaran modal pada kegiatan digital marketing PT. Citramas Alfa Sejahtera = Capital budgeting analysis in digital marketing activities at PT. Citramas Alfa Sejahtera

Mutiara Devika, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20455828&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perilaku konsumen dalam mencari informasi dan membeli produk saat ini mulai bergeser ke era digital. Digital marketing sudah mulai digunakan untuk mempromosikan produk dalam mendukung peningkatan penjualan yang diperoleh perusahaan dan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mengakses informasi. PT Citramas Alfa Sejahtera CAS ingin mengembangkan bisnisnya dengan menggunakan digital marketing karena penjualan tradisional dirasa kurang efisien dan tidak memberi kemudahan bagi konsumen. Sebelum melakukan penerapan digital marketing, dibutuhkan penyusunan anggaran dan analisis kelayakan investasi agar dapat memberikan gambaran bagi PT CAS dalam menjalankan kegiatan digital marketing serta mengetahui kelayakan dari investasi digital marketing. Analisis dilakukan dengan metode capital budgeting dengan tiga skenario yaitu optimis, moderat dan pesimis. Dapat diketahui bahwa nilai NPV, IRR, DPP dan PI pada skenario optimis dan moderat menyatakan digital marketing layak untuk dilakukan. Sedangkan, pada skenario pesimis, digital marketing tidak layak untuk dilakukan. Sehingga, perusahaan dapat menjadikan skenario optimis dan moderat sebagai acuan dalam menjalankan kegiatan digital marketing.

<hr />

ABSTRACT

Consumer's behaviour in seeking for informations in order buying products is shifting to digitalization. Digital marketing is started to be utilized for product promotion to support the company's sales increment, it also eases consumers in accessing informations. PT Citramas Alfa Sejahtera CAS wants to develop its business by using Digital Marketing because traditional marketing is rather less efficient and eases less consumers in accessing informations of the products. Before implementing Digital Marketing, CAS needs to construct the budgeting plan and investment feasibility analysis to get complete picture of the Digital Marketing plan and the feasibility of investment in Digital Marketing. The analysis is conducted in Capital Budgeting method with three scenarios optimistic, moderate, and pessimistic. Analysis of NPV, IRR, DPP, and PI in Optimistic and Moderate scenarios show that Digital Marketing is feasible to be implemented in CAS. Meanwhile in Pessimistic scenario, the parameters show that Digital Marketing is not feasible to be implemented. Hence, CAS shall use Optimistic and Moderate scenarios as reference for Digital Marketing implementation.