

## Abstrak

PT. Java merupakan perusahaan yang bergerak dibidang perawatan otomotif seperti pencucian mobil dan auto detailing. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa kebutuhan perusahaan dengan melihat kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang ada pada perusahaan sehingga dapat mengetahui strategi mana yang tepat untuk diterapkan pada PT. Java. Selain itu penelitian ini ditujukan untuk memudahkan kegiatan promosi dalam mendukung kegiatan pemasarannya dengan membangun *website* berbasis *Emarketing*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan metode kuesioner dan wawancara langsung kepada pihak perusahaan. Data-data yang dikumpulkan kemudian di analisis dengan metode analisis QSPM. Metode QSPM digunakan untuk menentukan strategi yang tepat untuk diterapkan oleh perusahaan. Dari hasil matriks perencanaan strategi kuantitatif (QSPM) pada PT. Java terlihat bahwa strategi penetrasi pasar memiliki total nilai sebesar (3.0592). Nilai ini lebih tinggi dibandingkan nilai dua alternatif strategi lainnya yaitu pengembangan produk (2,4715) dan diversifikasi terkait (1,6052). Hal ini menunjukkan bahwa strategi penetrasi pasar lebih menarik untuk diterapkan dibandingkan dengan strategi pengembangan produk dan diversifikasi terkait. Jadi untuk mendukung strategi penetrasi pasar maka akan dilanjutkan dengan perancangan *website* untuk meningkatkan jumlah pangsa pasar dalam kegiatan pemasarannya. Selanjutnya didalam perancangan *website* akan digunakan metode *7 Stages of Internet Marketing* dengan melihat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas *website* itu sendiri.

**Kata Kunci:** *7 Stages of Internet Marketing, QSPM, E-Marketing*

## *Abstract*

*PT. Java is a company engaged in automotive care such as car washing and auto detailing. The purpose of this study is to analyze the company needs to look at strengths and weaknesses and the opportunities and threats that exist in the company in order to know which strategy is appropriate to apply to PT. Java. In addition, this research is intended to facilitate promotional activities in support of marketing activities to build websites based on eMarketing. The method used in this study is a qualitative method. Data collection techniques used is the method of questionnaires and interviews directly to the company. The data were collected and then analyzed by the method of analysis QSPM. QSPM method used to determine the appropriate strategies to be implemented by the company. From the results of quantitative strategic planning matrix (QSPM) at PT. Java is seen that the market penetration strategy has a total value of (3.0592). This value is higher than the value of the other two alternatives, namely product development strategies (2.4715) and related diversification (1.6052). This suggests that the strategy of market penetration is more attractive for application in comparison with product development and diversification strategies related. So to support the market penetration strategy will be followed by the design of the website to increase the amount of market share in its marketing activities. Further in the design of the website will be used method 7 Stages of Internet Marketing by seeing some of the factors that affect the quality of the website itself.*

**Keywords:** 7 Stages of Internet Marketing, QSPM, E-Marketing