

ABSTRACT

THE PURPOSE, is to analyze the current marketing system used by PT. Wadah Makmur Abadi and designing and implementing E-marketing systems that conform with B2B concept that PT. Wadah Makmur Abadi have.

RESEARCH METHODS, which is used in the preparation of this paper consists of 7 stages, which is divided into two methods: the method of analysis and design method. Analysis methods include: (1) Situation Analysis, (2) E-Marketing Strategic Planning, (3) The purpose or objective E-Marketing, (4) E-Marketing Strategy. While design methods include: (5) Implementation plan, (6) Budget (Budget) and (7) Planning Evaluation.

THE RESULT ACHIEVED, of the study was the presence of E-Marketing application (website) used the company's marketing strategy to support the company previously felt less than the maximum.

IN CONCLUSION, the results of the study are in addition to increase the competitiveness with other companies, E-Marketing is made to provide benefits for the company and fostering good relations with customers.

Keywords: Analysis, Design, Implementation, E-Marketing, Strategy, B2B.

ABSTRAK

TUJUAN PENELITIAN, ini adalah untuk menganalisa sistem pemasaran yang saat ini digunakan oleh PT. Wadah Makmur Abadi. dan merancang dan mengimplementasi sistem E-marketing yang sesuai dengan konsep B2B yang dimiliki oleh PT. Wadah Makmur Abadi.

METODE PENELITIAN, yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini terdiri dari 7 tahap, yang terbagi menjadi dua metode yaitu metode analisa dan metode perancangan. Metode Analisa meliputi: (1) Analisis Situasi, (2) Perencanaan Strategi E-Marketing, (3) Tujuan atau Sasaran E-Marketing, (4) Strategi E-Marketing. Sedangkan Metode Perancangan meliputi: (5) Perencanaan Implementasi, (6) Anggaran (Budget) dan (7) Perencanaan Evaluasi.

HASIL YANG DICAPAI, dari penelitian ini adalah dengan adanya aplikasi E-Marketing (website) yang digunakan pada perusahaan dapat mendukung strategi pemasaran pada perusahaan yang sebelumnya dirasa kurang maksimal.

SIMPULAN, dari hasil penelitian adalah selain dapat meningkatkan daya saing dengan perusahaan lain, E-Marketing yang dibuat dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan serta membina hubungan baik dengan pelanggan.

Kata Kunci : Analisis, Perancangan , Implementasi , E-Marketing, Strategi, B2B.