

Abstrak

Dibutuhkan suatu analisis untuk dapat merancang *website e-marketing* agar dapat mencapai tujuan. Dalam studi ini digunakan metode SOSTAC karena metode ini relatif tidak menghabiskan waktu skripsi pada tahap perencanaan sehingga tidak banyak waktu yang dimiliki dalam pengaturan strategi. Menggunakan teknik wawancara kepada pihak-pihak yang terkait di perusahaan berdasarkan pengalamannya dalam memasarkan PT. ETTI. Setelah penerapan *e-marketing* di *website* yang baru diharapkan menjadi lebih efektif dari *website* www.etti.co.id yang dimiliki perusahaan (sebelum pengembangan *e-marketing*) yang sudah berjalan selama hampir enam tahun.

Kata kunci : SOSTAC, *e-Marketing*, *website*.

Abstract

Analysis needed to be able to design a website marketing in order to achieve the goal. Used in this study SOSTAC® method because this method is relatively not spend time research at the planning stage, so not much time owned in setting strategy. Were interviews with the parties involved in the company based on their experience in marketing of PT. Etti. After the application of e-marketing in the new website, expected to be more effective than the company's previous website (before the application of e-marketing) that has been running for nearly six years.

Keywords: SOSTAC®, e-marketing, website.