

BINA NUSANTARA UNIVERSITY

School of Business Management

Jurusan Sistem Informasi – Manajemen

Tugas Akhir Sarjana Program Ganda

[Genap] tahun 2013/2014

**ANALISA DAN PERANCANGAN APLIKASI MARKETING
BERBASIS WEB UNTUK Mendukung Pemasaran CV Dua
SAYAP EMAS**

Dian Putri Ayuningtyas 1100024802

ABSTRACT

CV Dua Sayap Emas, a company engaged in the field of services, which more precisely engaged in the exhibition event organizer. Standing on May 1, 2012 The problems faced by companies today is how companies can market their services offered to prospective customers effectively and efficiently as traditional methods that are currently used by the CV Dua Sayap Emas makes no maximum performance marketing company. Therefore, the company needs a website design of electronic media in the form of e-marketing to improve marketing performance. For the achievement of the expected strategy, carried out the method - the method to a website that is built not out of context, including data collection through interviews and conduct analysis using SOSTAC, and designing an appropriate application using RACE models. The purpose of this study was to build a portal of e-marketing as a new marketing medium to help the company to achieve the desired goal.

Keyword : e-marketing, eo, SOSTAC, website

BINA NUSANTARA UNIVERSITY

School of Business Management
Jurusan Sistem Informasi – Manajemen
Tugas Akhir Sarjana Program Ganda
[Genap] tahun 2013/2014

**ANALISA DAN PERANCANGAN APLIKASI MARKETING
BERBASIS WEB UNTUK Mendukung Pemasaran CV DUA
SAYAP EMAS**

Dian Putri Ayuningtyas 1100024802

ABSTRAK

CV Dua Sayap Emas, perusahaan yang bergerak di bidang jasa, yang lebih tepatnya bergerak di bidang exhibition event organizer. Berdiri pada tanggal 1 Mei 2012. Adapun masalah yang dihadapi oleh perusahaan saat ini adalah bagaimana agar perusahaan dapat memasarkan jasa yang ditawarkan kepada calon pelanggan secara efektif dan efisien karena metode tradisional yang saat ini digunakan oleh CV Dua Sayap Emas membuat kinerja pemasaran perusahaan tidak maksimal. Maka dari itu, perusahaan membutuhkan sebuah perancangan media elektronik berupa website e-marketing untuk meningkatkan kinerja pemasarannya. Untuk pencapaian strategi yang diharapkan, dilakukan metode – metode agar website yang dibangun tidak keluar dari konteks, diantaranya pengumpulan data melalui wawancara lalu melakukan analisis dengan menggunakan metode SOSTAC, dan merancang sebuah aplikasi yang tepat dengan menggunakan model RACE. Tujuan dari penelitian ini adalah membangun portal e-marketing sebagai media pemasaran yang baru guna membantu perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Kata kunci : e-marketing, eo, SOSTAC, website