

BINA NUSANTARA UNIVERISTY

Double Degree

Department of Information Systems and Management

Thesis and Bachelor of Economics Bachelor of Computer

Year Semester 2013/2014

**ANALYSIS AND DESIGN OF E-MARKETING STRATEGY BASED ON
SOSTAC METHOD CV. ADISTIRA****Rian Pauzi – 1301030934****ABSTRACT**

The purposes of this study are to analyze, provide solutions and generate e-Marketing system on the CV. ADISTIRA and determine business strategy that suitable for CV. ADISTIRA. Analysis and Design Framework preparation method comprising SOSTAC Analisis Situation, Objective, Strategy, Tactic, Action and Control. The analysis method is to use the method to analyze Slept external factors that influence the course of business, Porter's Five Forces to analyze business competition as well as the external environment as well as a SWOT which determine a suitable strategy to compete and gain competitive advantage. Then, methods of research by the author is to observe every business process currently running and interviews related individuals, then in the analysis and planning solution gives e-Marketing at CV. ADISTIRA design using Object Oriented Analysis Design with UML notation, such as the design of *Rich Picture*, *Activity Diagram*, *Use Case Diagram*, *Use Case Description*, *System Sequence Diagram*, *Completed Three Layer System Sequence Diagram* and *User Interface*. The main problems that exist in the CV. ADISTIRA is in the construction sector competition is getting tougher and also lag in the use of the information media. The expected result is to find a strategy that can be useful to assist in overcoming business competition. Conclusions of e-marketing strategies can help companies in managing business information and to enhance business competition.

Keywords: CV. ADISTIRA, *e-Marketing*, *SOSTAC*, *Porter's Five Forces*, *SWOT*, *OOD*

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

School of Business Management

Jurusan Sistem Informasi dan Manajemen

Skripsi Sarjana Komputer dan Sarjana Ekonomi

Semester Genap Tahun 2013/2014

ANALISIS DAN PERANCANGAN STRATEGI E-MARKETING BERBASIS METODE SOSTAC PADA CV. ADISTIRA

Rian Pauzi – 1301030934

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis, memberikan solusi dan menghasilkan *system e-Marketing* pada CV. ADISTIRA serta menentukan strategi bisnis yang cocok untuk CV. ADISTIRA. Kerangka penyusunan Analisis dan Perancangan menggunakan metode SOSTAC yang terdiri dari *Situation Analysis, Objective, Strategy, Tactic, Action* dan *Control*. Metode Analisis yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode SLEPT untuk menganalisis factor eksternal yang berpengaruh terhadap jalannya bisnis, Five Forces Porter untuk menganalisis persaingan bisnis serta lingkungan luar serta SWOT dimana menentukan strategi yang cocok untuk bersaing dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Lalu, metode penelitian yang dilakukan penulis adalah dengan cara mengamati setiap proses bisnis yang berjalan saat ini dan wawancara individu terkait, kemudian di analisis dan memberikan solusi perencanaan e-Marketing pada CV. ADISTIRA dengan menggunakan metode perancangan *Object Oriented Analysis Design* dengan notasi *UML*, seperti perancangan *Rich Picture, Activity Diagram, Use Case Diagram, Use Case Description, System Sequence Diagram, Completed Three Layer System Sequence Diagram* dan *User Interface*. Permasalahan utama yang ada pada CV. ADISTIRA adalah dalam hal persaingan sector konstruksi yang semakin ketat dan juga ketertinggalan dalam pemanfaatan media informasi. Hasil yang diharapkan adalah dengan menemukan strategi yang bisa bermanfaat untuk membantu dalam mengatasi persaingan bisnis. Kesimpulan strategi e-Marketing dapat membantu perusahaan dalam hal mengelola informasi dan meningkatkan pesaingan bisnis.

Kata Kunci: CV. ADISTIRA, *e-Marketing, SOSTAC, Five Forces Ported, SWOT, OOAD*