

ANALISIS DAN PERANCANGAN STRATEGI E-MARKETING PADA PT. CIKHITA RASKERINA

SKRIPSI

Oleh

Abdurrobbi Shobron 1401123642

Mochamad Burhanuddin 1401126562

Muhammad Saddam 1401139123

08 PCM/Kelompok 03



School of Information System

Universitas Bina Nusantara

Jakarta

2014

i

**ANALISIS DAN PERANCANGAN STRATEGI
E-MARKETING PADA PT. CIKHITA RASKERINA**

SKRIPSI

**diajukan sebagai salah satu syarat
untuk gelar kesarjanaan pada
School of Information Systems
Jurusan Sistem Informasi
Jenjang Pendidikan Strata-1**

Oleh

Abdurrobbi Shobron 1401123642

Mochamad Burhanuddin 1401126562

Muhammad Saddam 1401139123

08 PCM/Kelompok 03



School of Information System

Universitas Bina Nusantara

Jakarta

2014

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA
School of Computer Science
Jurusan Sistem Informasi
Skripsi
Semester Genap Tahun 2013/2014

ANALISIS DAN PERANCANGAN STRATEGI *E-MARKETING* PADA
PT.CIKHITA RASKERINA

Abdurrobbi Shobron 1401123642
Mochamad Burhanuddin 1401126562
Muhammad Saddam 1401139123

08 PCM/Kelompok 03

Abstract

The purpose of the writing of this thesis is analyzing information needs and designing connected e-marketing strategy social networks to create a web-based marketing. The scope does not discuss sales services, payment, administration and security system on PT. Cikhita Raskerina. The writing of this thesis has two methods of analysis and design. Methods of analysis using surveys and interviews to obtain information. Design methods include process design, marketing and design applications. Results achieved is a web-based e-marketing that meets the information needs and utilize social networks are already connected. The conclusion is the e-marketing system allows for increased marketing, reach out to a wider market, make it easier to get the information detail package PT. Cikhita Raskerina. E-marketing strategy provides the appropriate strategy for the company to expand its marketing.

Keywords: *Analysis, design, e-marketing strategy, social network, and website.*

Abstrak

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah menganalisis kebutuhan informasi dan merancang strategi *e-marketing* yang terkoneksi jejaring sosial untuk membuat pemasaran berbasis *web* yang ada. Dalam ruang lingkup tidak membahas penjualan jasa, pembayaran, administrasi dan sistem keamanan pada PT. Cikhita Raskerina. Penulisan skripsi ini mempunyai dua metode yaitu analisis dan perancangan. Metode analisis menggunakan survei dan wawancara untuk mendapatkan informasi. Metode

perancangan meliputi proses perancangan pemasaran dan perancangan aplikasi. Hasil yang dicapai adalah *e-marketing* berbasis *web* yang memenuhi kebutuhan informasi dan memanfaatkan jejaring sosial yang sudah terintegrasi. Kesimpulannya adalah sistem *e-marketing* memungkinkan peningkatkan pemasaran, menjangkau pasar lebih luas, mempermudah mendapatkan informasi detail paket PT. Cikhita Raskerina. Strategi e-marketing ini memberikan strategi yang tepat bagi perusahaan untuk memperluas pemasaran.

Kata kunci: Analisis, perancangan, strategi *e-marketing*, *website*, dan *media social*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ANALISIS DAN PERANCANGAN STRATEGI *E-MARKETING* PADA PT.CIKHITA RASKERINA” dengan tepat pada waktu.

Skripsi yang kami tulis ini adalah sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar kesarjanaan jurusan Sistem Informasi Program Studi Strata-1 di Universitas Bina Nusantara.

Penyelesaian skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan, dorongan, semangat dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar - besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, kepada :

1. Keluarga, baik orang tua maupun saudara-saudara kami yang tidak pernah berhenti dalam memberikan dukungan baik moril maupun materil serta semangat kepada kami dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
2. Seluruh pimpinan dan karyawan PT. Cikhita Raskerina yang telah memberikan kami banyak kesempatan dalam melakukan penelitian serta memberikan informasi dan data yang kami butuhkan dalam penulisan skripsi ini.
3. Adhi Nugroho Chandra, S.Kom., MMSI., selaku dosen pembimbing skripsi kami yang telah banyak meluangkan waktunya dalam memberikan pengarahan serta saran – saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman – teman Bina Nusantara atas segala saran dan kritik yang diberikan yang sifatnya membangun dan bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Johan, S.Kom.,MM., selaku *Head of Program of Information System* Bina Nusantara.

6. Bp. Prof Dr Ir Harjanto Prabowo, M.M., selaku Rektor Universitas Bina Nusantara yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menyusun penulisan skripsi ini.
7. Dan akhir kata kami juga mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu kami dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat berguna kedepannya dalam memberi pengetahuan tambahan kepada para pembaca khususnya dalam bidang *E-marketing*. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat diharapkan. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terimakasih.

Jakarta, 17 Juni 2014

Penulis